こうすればもっと売れる

コンピュータ書籍
増売マニュアル

［改訂第4版］

CPU
Computer book
Publishers United

■第 1 章 コンピュータ書販売の基本

Q1　コンピュータ書って何？ …… 2
Q2　コンピュータ書の購入者とは？ …… 3
Q3　一般ユーザー向けの書籍とは？ …… 4
Q4　技術者向けの書籍とは？ …… 5
Q5　クリエイター向けの書籍とは？ …… 6
Q6　資格書の扱いってどうすればいいの？ …… 7
Q7　スマートフォン書籍の上手な売り方は？ …… 8
Q8　入門書にもいろいろなレベルがある？ …… 9
Q9　プログラミング言語にはどういうものがあるか？ …… 10
Q10 グラフィック書籍の揃え方は？ …… 11

■第 2 章 棚作りの基本

Q11 客層に合わせた棚位置とは？ …… 12
Q12 棚作りの原則とは？ …… 13
Q13 小規模店にお勧めの棚構成は？ …… 14
Q14 中規模店に適した棚構成を教えて！ …… 16
Q15 大規模店の棚構成はこれで！ …… 18
Q16 棚分類コードはどう使えばいい？ …… 20
Q17 基本書の揃え方を教えて！ …… 21
Q18 発注方法のうまい使い分けは？ …… 22
Q19 棚整理・メンテナンスのポイントは？ …… 23
Q20 お客様が手に取りやすい陳列とは？ …… 24
Q21 ゴールデンラインの上手な使い方は？ …… 25
Q22 POP・拡材の効果的な使い方は？ …… 26
Q23 分類プレートは挿したほうがいいか？ …… 27

■第 3 章 立地と品揃え

Q24 立地条件のポイントを教えて下さい …… 28
Q25 近隣に大学、専門学校がある書店の品揃えは？ …… 29
Q26 近隣に IT 企業や大手メーカーがある書店の品揃えは？ …… 30
Q27 近隣に家電量販店、携帯ショップがある書店の品揃えは？ …… 31
Q28 SC 内立地、郊外路面店の品揃えのポイントは？ …… 32
Q29 ビジネス街に立地している書店の品揃えは？ …… 33
Q30 同じ商圏の競合店をどのように意識すべきか？ …… 34

■第 4 章 増売テクニック
Q31 雑誌・ムックと書籍の売り方の違いは？ …… 35
Q32 ビジネス書棚に置くべきコンピュータ書は？ …… 36
Q33 芸術書棚で売れるコンピュータ書は？ …… 37
Q34 デジカメカメラの書籍はどこで売ればいい？ …… 38
Q35 中・上級者向け書籍の揃え方は？ …… 39
Q36 最新バージョン情報の入手方法は？ …… 40
Q37 出版社から得られる情報は？ …… 41
Q38 冊数か、売上金額か？ …… 42
■第 5 章 平台とフェア
Q39 平台は新刊だけでいいのか？ …… 43
Q40 入門書は平台で売った方がいい？ …… 44
Q41 上手な平台の使い方は？ …… 45
Q42 フェア企画はどう立てる？ …… 46
Q43 春に売れるフェアのジャンルは？ …… 47
Q44 夏に売れるフェアのジャンルは？ …… 48
Q45 秋に売れるフェアのジャンルは？ …… 49
Q46 冬に売れるフェアのジャンルは？ …… 50
■第 6 章 資格書の販売
Q47 資格試験にはどんな種類がある？ …… 51
Q48 情報処理試験書籍の売れるタイミングとポイントは？ …… 52
Q49 ベンダー資格書の売れるタイミングとポイントは？ …… 53
Q50 資格書の売り方とポイントは？ …… 54
Q51 資格試験の年間スケジュールを知りたい！ …… 55
■第 7 章 年賀状素材集
Q52 年賀状素材集の市況・売れ方は？ …… 56
Q53 年賀状素材集はどう展開すればいいのか？ …… 57
Q54 年賀状素材集は点数が多くて置ききれないが・・・ …… 58
Q55 年賀状素材集の売上はどう伸ばすか？ …… 59
■第 8 章 CPU について
Q56 CPU ってどういう活動をしているの？ …… 60
Q57 増売マニュアル、棚分類コード表の入手方法は？ …… 61
■巻末資料
ソフトウェアバージョンリスト …… 62
棚分類コード表 …… 64

Q1 コンピュータ書って何？

「コンピュータ書」は「コンピュータ書棚で売る書籍」

このマニュアルは「コンピュータ書」の増売をテーマとして作成していますが、その「コンピュータ書」とはどういう種類の書籍を指すかをまず示しておきます。

そもそも「コンピュータ」自体、メインフレームと呼ばれる大型のシステムから、Unix、PC と言われる小型のもの、さらにはスマートフォンなどの携帯端末まで、さまざまなものがあります。また、コンピュータは今や社会インフラから企業、個人の日常生活まで、広く使われています。

こうした状況から、専門的な内容のものから、わかりやすく書かれたものまで多種多彩な「コンピュータ書」が出されています。また、ビジネス書、実用書、専門書、芸術書などでも、コンピュータの利用を前提として書かれているものが多くなっており、境界線も曖昧になってきていますが、一般的に「コンピュータ書」と呼ばれているのは「コンピュータ書棚で売る書籍」と考えておけばよいでしょう。

「棚分類コード」が記されていたらコンピュータ書棚へ

ビジネスなどの用途であっても、コンピュータの操作方法中心に解説してある場合はコンピュータ書と考えてよいでしょう。対して、同じようなテーマの書籍でも、コンピュータの操作方法よりも、ビジネススキルの向上などの記述が多ければ、ビジネス書ということになる場合が多いでしょう。このように同じような書名であっても、内容によって、「コンピュータ書」であったり、そうでなかったりします。買われる方がどういった目的や用途で書籍を探しているかをポイントに販売する棚を決めるとよいでしょう。

なお、わかりやすい目印として、出版社自身が「コンピュータ書」としての販売を希望している場合、スリップのボウズ部分に「コンピュータ書籍棚分類コード」を記していますので、これで判断することもできます。棚分類コードについては Q16 を参考にしてください。

Q2 コンピュータ書の購入者とは？

コンピュータ書の購入者は3つの層に大別できる

コンピュータ書の購入者は「一般ユーザー」と「クリエイター」「技術者」の3つに大きく分けることができます。実際には中間的な職業だったり、両方に属するような読者もいますが、ここではイメージしやすいようにシンプルに話を進めます。

一般ユーザー
仕事や趣味のためにインターネットやExcelなどでパソコンを使う人。

クリエイター
Webデザインなどを手掛ける人、コンピュータで画像や図面、印刷物を作成するデザイナーや設計者。

技術者
エンジニアやプログラマーなど職業としてコンピュータを利用し、高度な技術情報を求める方。

入門者や予備軍も含め、ほとんどのコンピュータ書は、この3つの読者に向けられたものと考えて問題はないでしょう。

棚の構成も購入者別に考えよう

コンピュータ書の販売で難しいのは、このように専門的に職業で使っている層と趣味などでライトに使っている層を相手にしていることです。この3つの読者層は大きく特性が異なりますから、書籍を混在させたりすると、購入者にとっては、目的の書籍が見つけにくいばかりでなく、とっつきにくい棚になってしまいます。

逆に言えば、同じ読者層向けの書籍が固まっていると、目的の書籍を効率よく探してもらえます。また、関連する書籍や興味がある他の書籍の「ついで買い」を誘い、売上のアップにもつながります。

注意すべき点としては、たとえば「Windows」のように同じテーマであっても、内容によって、一般ユーザー向けである場合もあれば、技術者向けである場合もあることです。このポイントを押さえて、わかりやすく陳列しておくことが大切です。

Q3 一般ユーザー向けの書籍とは？

入門書、ソフト解説書、スマホ関連などが一般ユーザー向け

「一般ユーザー向け」のコンピュータ書にもいろいろなものがあります。

まず「入門書」と言われるもの。これはその名のとおり、パソコンを使い始めたばかりのユーザーや新しい OS、アプリケーションを利用し始めたユーザーに読まれるものです。

ただし、「○○入門」と題された書名であっても、Web 制作やグラフィックといった専門的な分野のものは、クリエイター向けの書籍となりますので、一般ユーザー向けの入門書としては扱いません。同じように、C 言語などのプログラミング言語の入門書などは技術者が読者ですので、一般ユーザー向けの入門書とは扱いません。

入門書以外で一般ユーザー向けと言えるものには、ビジネス向けの用途や、家庭向けの用途の実践的な内容の書籍があります。入門書よりも高度な内容で Excel の使いこなし方を教えるものやデータベースソフトの応用的な解説書などが該当します。

最近目立つのはコミュニケーションツールの書籍

最近たくさん発行されているのは、スマートフォンの解説書や LINE、Facebook などのコミュニケーションツールの解説書です。

さらに、ネットショップの開設方法を教えるもの、ネットオークションのテクニックをテーマとしたものなど、ネットの利用方法を教える本も一般ユーザー向けと言えます。

Apple の Mac でも入門書やビジネス向け、家庭向けのものは、一般ユーザー向けのコンピュータ書と言えるでしょう。

なお、10 ～ 12 月には年賀状素材集がコンピュータ書棚あるいはその近くに並びます。一般ユーザー向けの商材ですが、これは季節商材でもあり、別の扱いと考えたほうがよいでしょう。

Q4 技術者向けの書籍とは？

プログラミング言語、ネットワーク関連などが技術者向け

コンピュータ書の中でも、最も売り方、扱い方が難しいのがこの技術者向けの書籍でしょう。

技術者向けとしては、Unix（ユニックス）、プログラミング・開発、ネットワーク構築、データベース構築などがあります。

Unix には Fedora Core（フェドーラ･コア）、Cent OS（セント･オーエス）、Ubuntu（ウブントゥ）などの Linux 系や BSD などがあります。中規模のシステムを構築する技術者に使われていると考えておけばよいでしょう。

プログラミング・開発としては、C 言語や Java（ジャバ）、XML などのプログラミング言語が代表的なものですが、開発技法、開発環境、システム開発におけるプロジェクト管理などをテーマとした書籍もあります。

ややこしいのは、C という言葉がついた C++ や C# などが多々あることです。

また、新しい開発環境や開発ツールも次々に出てきます。これらをテーマとした書籍は書名だけを見てもどのジャンルのものなのか判断できないものも多いと思います。その際には、出版社が示す「棚分類コード」を目安に棚管理をすることをお勧めします。（Q16 参照のこと）

Webプログラミングも技術者向けの扱いで

昨今では、Web 制作やサイト構築などの際に用いるプログラミングの解説書が増えています。これらは別項目で解説しているクリエイター向け書籍との中間的な内容と言えますが、PHP や JavaScript などのプログラミング言語の解説がメインになることから、技術者向けとして扱う書店が多い傾向にあります。

なお、コンピュータの資格試験対策本も技術者に買われるコンピュータ書ではありますが、これらだけを区別して（棚を分けて）陳列している書店も多いことから、このマニュアルでは別項目を設けて解説しています。

Q5 クリエイター向けの書籍とは？

コンピュータを使って「創造的な作業をする人」ための書籍

「クリエイター」とは「モノを創る人」。昨今ではコンピュータを使ってクリエイティブな作業をする人たちが増えています。

代表的な職業としては、Web 制作者、イラストレーター、出版物・印刷物のデザイナー、編集者、工業デザイナー、建築家、カメラマン、映像制作者、ミュージシャンや音楽愛好家などが挙げられます。また、最近ではコンピュータで漫画を描く人たちも増えています。

こうしたクリエイターに向けたコンピュータ書が数多く発行されています。多くの職業や用途に共通するソフトとしては、アドビ社の Illustrator や Photoshop があります。また、3D ソフトや動画ソフトも共通して使われるツールと言えるでしょう。

これらのソフト以外に、それぞれの職業や用途に特化したソフトがあり、その解説書が出されています。また、Illustrator や Photoshop でも職業や用途に合わせたテクニックや応用的な使い方を教える解説書が出ています。こうした書籍は用途や職業などを考慮して固めて並べることで、探しやすい棚になります。

店舗によって売れ方、売れ筋は違う

クリエイター向けの書籍は、店舗によって、特定の職業や用途に偏った売れ方になる場合があります。土地柄や近隣の企業、学校などを把握し、品揃えをすることが大切です。

クリエイター向けの書籍でポイントとなるのは、ソフトなどのバージョンの管理です。すでに使われなくなっているバージョンの書籍をいつまでも置いていては回転率が落ちてしまいます。それぞれのソフトや用途で新しいバージョンに置き換わるスピードやサイクルが異なるため把握は大変ですが、こうした分野の書籍を多く発刊している出版社ではそうした情報を掴んでいます。

Q6 資格書の扱いってどうすればいいの？

資格書を求めるお客様とは？

コンピュータを使った専門的な職業に従事する人たちにとって、資格を有することは自分の技能を証明することであり、就職・転職活動の際にも重要なポイントになっています。コンピュータ・IT 関連の企業や専門学校などが近隣にあれば、資格試験の対策本を求めるニーズが確実にあります。

書籍の分野としては「就職・資格」棚がありますが、コンピュータ関連の資格書についてはコンピュータ書として扱われています。

さらに、コンピュータ書の中でも、資格書だけで独立させて棚を作るのが一般的です。これは、資格書の場合、「資格試験の勉強・対策」という明確な目的を持って買いに来るお客様が多いためです。

たとえば「MOS テキスト」は Microsoft Office（Excel、Word）関連の資格書ですが、これを Excel や Word の棚などに入れ込んでしまうと、入門書や解説書と混在することになり、お客様が資格書を探しづらくなります。

コンピュータの資格書には、一般ユーザー向けのものから、技術者向け、クリエイター向けとさまざまな種類のものがありますが、どれも資格書の棚に陳列し、その中で分けるとよいでしょう。

一番奥でも大丈夫！

資格書は一番手前や一番奥などの位置に置くことをお勧めします。コンピュータ書のコーナーが島什器と壁棚で構成されていて動線が分断されているような棚配置の場合は、分断されて独立している箇所に資格書を置いても問題はありません。目的買いされる資格書は離れていてもお客様が探されるからです。

ネットなどを利用し随時受験できる試験もありますが、多くの資格試験は実施される日程が決まっていますので、資格書の売れ方はそれと連動します。Q47 ～ 51 で詳しく述べていますが、品揃えの管理も試験スケジュールに合わせて行う必要がありますので、試験日程の把握は重要です。

Q7 スマートフォン書籍の上手な売り方は？

iPhone と Android 端末では売れる期間が違う

スマートフォン書籍の売上は、端末本体の売上とリンクしています。同じ「スマートフォン」でも、iPhone と Android 端末では、売れる期間が異なります。

端末名	端末メーカー	端末の売れ方	書籍の売れ方
iPhone	Apple のみ	1 ～ 1 年半	ロングで売れる
Android	たくさんのメーカーが発売	半年程度	ピークは 3 ～ 4 カ月

Web サイトのスマホ本体の販売ランキングで、どの端末が売れているのかを調べてみるのも在庫管理の参考になるでしょう。

人気機種は発行される書籍の点数も多いですが、同じ端末の解説書を何種類も置いても、購入されるのはほとんどが 1 人 1 冊です。同じ端末の解説書の平積みはある程度、点数を絞って、その分、アプリ集や Twitter、Facebook、Evernote などのスマホと親和性の高い関連書を置くことで複数の購入を促すとよいでしょう。

開発者向け書籍は、一般ユーザー向けと棚を分ける

スマホ書籍にもアプリやゲーム開発などの技術者向けの商品があります。これらの購入者はシステムエンジニアやプログラマーといった技術者となりますので、プログラミングなどの技術書の棚に置くべきです。お客様の層に合わせて、並べるべき棚を決めましょう。

雑誌棚での展開を検討してみる

10 代、20 代のお客様は書店でもまず雑誌棚に行く傾向があります。また、雑誌棚にはスマホ関連のムックも多く並んでいますので、書籍も雑誌棚で売ることを検討してみましょう。スマホ書籍にはコンパクトな新書判も多いので、雑誌棚にラックをかけて販売するのもお勧めです。

Q8 入門書にもいろいろなレベルがある？

パソコン初心者に向けた入門書は目立たせよう

「入門書」とひとくくりにしがちですが、その中でもいくつかのレベル分けができます。

まず、パソコン自体を使うのが初めてというお客様向けのレベル。「初心者」「超入門」とも言い換えられる層です。昨今、この層は高齢者が多くなっていますので、文字や判型を大きめにした書籍が目立ちます。

この層は、そもそも本の内容を見て判断するだけのコンピュータの知識がありませんので、「読みやすそうだな」「わかりやすそうだな」「売れていそうだな」という印象で本を選びます。そのため、目立つ場所での平積みや POP などで、お勧めする書籍をはっきりとすることが購入動機を高めます。

新しいバージョンを学びたいというのが少し上のレベル

初心者よりもパソコンに慣れているユーザー向けの入門書もあります。このレベルの入門書が最も多く発行されています。新しい OS やソフトを使い始める際の入門書という性格です。

初心者向けの入門書が１度しか買われないものであるのに対して、このレベルの書籍はバージョンが変わるたびに買われる可能性もあります。種類も多いことから、コンピュータ書棚で最も広い面積を占めています。しかし、何種類も同じレベルの書籍を置くと、どれを買えばよいか迷ってしまうことがあります。２～３種類に絞り、比較検討しやすいような陳列にすることで、迷わずに選べるようにすることが購入を促進します。

やや高度なレベルやニーズに応じたもの

これらの入門書以外にも、リファレンス（用途引き、逆引き）と呼ばれるものや、機能を網羅した多ページのもの、辞典スタイルのものなどがあります。さらに、判型を小さくして持ち運べるポケットサイズの書籍などもよく売れます。

Q9 プログラミング言語にはどういうものがあるか？

プログラミング言語とは？

コンピュータが動作するには、プログラミングが必要です。コンピュータの中央処理装置（CPU）に機械語での処理の実行を命令するために、人間でも理解できるような機能を持たせて、機械語での指示をできるようにしたのがプログラミング言語です。

書籍が売れるプログラミング言語は？

数ある言語の中でも、書籍の売れ行きが良い言語について説明します。

最もプログラマーが多いと言われる「C 言語」は、多くの言語に影響を与えており、プログラミング学習の第一歩として学ばれます。「C++」「C ＃」などの言語は C 言語から派生しています。

現在、最も人気があるプログラミング言語と言えるのが「Java」です。家電製品やインターネットなどでも活用されており、C 言語と並んで書籍の売上も高い言語です。

Google によって開発されたスマートフォン向け OS の Android も C 言語、C++、Java とは関連性が高いです。

他には、比較的単純・簡易的なプログラミング言語でインターネットとの親和性も高い「スクリプト言語」と呼ばれる一群があり、「JavaScript」「Ruby」「Python（パイソン）」などが書籍の動きも良いようです。

また、iPhone を含むアップル製品の OS のための「Swift（スウィフト）」、最近ではゲームプログラミング系の書籍も動きが良くなってきています。

プログラミング言語書籍の販売方法は？

C 言語や Java については、広い読者層が存在していますが、他のプログラミング言語については、立地や客層によって売れ筋は変わってきます。

コンピュータ書の棚が 3 本以下の書店では、C 言語、Java の定番入門書に絞るか、思い切って在庫を置かないことも検討してよいでしょう。

Q10 グラフィック書籍の揃え方は？

まずは Web デザインとグラフィックデザインを揃えよう

CPU の棚分類コード（P.64 参照）で B4「クリエイティブ」、B5「Web 作成」というデザイン系の分野には Web、グラフィックデザイン、CG、映像・音楽、メディアアートなどがあり、用途も多様です。また、客層もデザイナーなどプロのクリエイターから趣味ユーザーまで幅広く、品揃えが難しい分野でもあります。その中でも Web、グラフィックの 2 分野はニーズが高いことから売上構成比も上位にきます。

Web 分野はサイト構築・管理などの技術者向け、Web デザイナー向け、趣味ユーザー向けなど用途によってさまざまな書籍が存在します。グラフィックソフトや素材集が使われることも多いので、B4「クリエイティブ」の近くに置くとよいでしょう。

グラフィックで最も売れる分野が「Photoshop」「Illustrator」関連の書籍です。そして、これらの隣に「素材集」を一緒に置くことで同時購入が見込めます。「素材集」は数ある中から用途に合わせて選んで購入されることが多いので、品数は豊富に揃えることをお勧めします。

趣味ユーザーが急上昇中の分野

昨今はあらゆる趣味にコンピュータが関わることが多くなりました。その一番の例が絵画技法書です。書店では芸術書に分類されますが、最近ではイラストやコミックの描画や着彩はコンピュータ上で行われることがほとんどです。

また、デジタルビデオカメラの普及、YouTube やニコニコ動画の利用者の増加に伴い、映像編集が一般的なものになりましたし、音楽分野においても初音ミクなどボーカロイドの爆発的なヒットにより DTM は敷居がグンと下がりました。こうした書籍をコンピュータ書棚で揃え、すべてコンピュータ書として販売するのも無理が出てきます。芸術分野やコミックなど従来の分野で販売することで、より売上を上げることも可能です。

Q11 客層に合わせた棚位置とは？

3つの客層向けの並べ方を考えよう

コンピュータ書は対象となる読者に合わせて、一般ユーザー向け、クリエイター向け、技術者向けの３つに分かれます。ここではそれぞれのタイプに合わせた棚作り、特にコンピュータ書棚での位置関係を説明します。

一般ユーザー向け書籍は入口近くに

棚配置では、入口に近いほうに平易な一般ユーザー向けの書籍を、遠いほうに専門的な技術書を配置するのが基本です。

コンピュータ用語に慣れていない一般ユーザー、特に入門者向けの書籍は、目につきやすいように、動線の手前に置きましょう。SNS や iPhone・スマートフォン書籍も、普段、コンピュータ書に馴染みのないお客様が買いに来ますので、目立ちやすい動線の手前側に置くのがお勧めです。

技術者やクリエイター向け書籍は

目的を持って買いに来る技術者向けやクリエイター向けの書籍は、奥まった場所でも構いません。

これらのお客様は、業務で必要な書籍をまとめてご購入されるケースもありますので、関連するジャンル、テーマを隣合わせて配置することで、売上機会を増やせます。

資格書は一番奥で独立させても大丈夫

資格書も、棚の奥のほうで大丈夫です。お客様は目的を持って来店されていますので、奥のほうでも探していただけます。むしろ資格書はまとめて独立させたほうがお客様も探しやすくなります。

Q12 棚作りの原則とは？

目立たせるべきジャンル、テーマは入口近くの平台に！

３つのお客様別に分けての配置以外にも、コンピュータ書における棚作りには原則があります。

まずは、目につきやすい＝見やすい場所に置くべきジャンル、テーマです。目につきやすい場所とは、入り口近くのエンド台、平台、棚です。

まず入り口近くに置くべきジャンル、テーマとしては、初心者向けの入門書があります。コンピュータ棚に慣れていない初心者のために、すぐに目につく場所に目的の書籍を並べておきましょう。

また、たくさん売れる売れ筋や新刊なども目立つ場所に置くべき書籍です。

売り場に個性をもたせ魅力を高めたいならば、エンド台でフェアを展開しましょう。

関連するジャンル、テーマを考慮する

１人のお客様は１冊しか購入されないわけではありません。関連する書籍をまとめて買われる場合も少なくありません。こうした機会を逃さず、同時に購入されやすいジャンル、テーマをなるべく隣合わせて並べましょう。技術者、クリエイターのお客様にこうした傾向が強いと思いますが、一般ユーザーの方でもパソコンを始めるにあたり、ネットやビジネスソフトなどを利用しますので、複数購入は決して少なくありません。

１本の棚に同じジャンルをまとめる

棚配列については縦の列を意識しましょう。前の棚の下段から次の棚の上段へと棚をまたいでしまうと商品を探しにくくなります。できるだけ１本の棚にそれぞれのジャンルをまとめましょう。

棚の上部にジャンル表示をしている場合は、１本の棚にジャンルをまとめることで表示がすっきりします。棚上のジャンル表示は重要で、整理され、わかりやすくなっていると、それぞれの客層を誘導しやすくなります。

Q13 小規模店にお勧めの棚構成は？

技術者向けやクリエイター向けは思い切って絞る

コンピュータ書の棚が３本程度の店舗の構成案です。棚の縦列やジャンルのつながりを意識して、シンプルに示します。

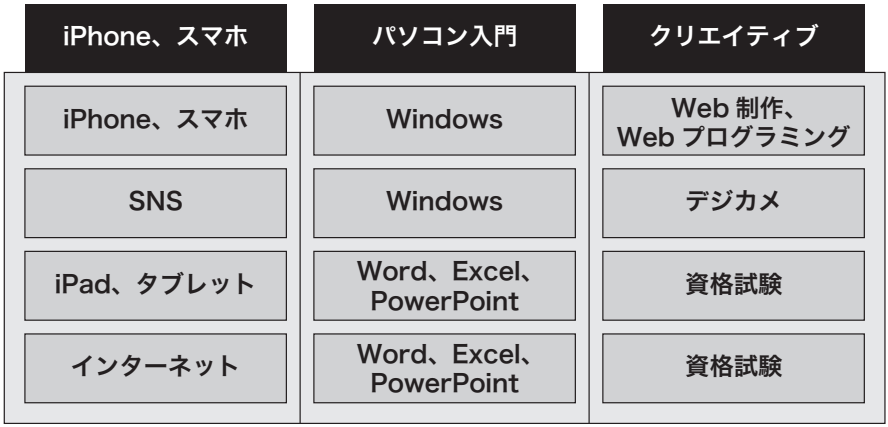
まず、棚本数が少ない小規模店の場合、すべてのジャンルを揃えておこうとすると、それぞれのジャンルの点数が少なくなり、中途半端な棚になってしまいます。iPhone やスマートフォン書籍と入門書などの一般ユーザー向けを中心として、技術者向けやクリエイター向けの書籍は絞り込んだほうがよいでしょう。Web に関するものと資格書に絞って棚１本程度にすればよいと思います。

平台と棚を関連付ける

平台と棚を関連付けておくと商品の探しやすさが高まります。つまり、平積みは同じジャンル、テーマの棚の前にしておきましょう。

平積みが多くなりがちなパソコン入門書や Windows の入門書が Excel の

■小規模店にお勧めの棚構成



棚の前にまで広がりそうな場合は、商品を厳選して、できるだけ入門書の棚前にまとめるようにします。同じ内容の商品の平積みが多いとかえって迷ってしまいます。

２段取っているジャンルに要注意

点数が多いジャンルは、１つのジャンルが２段にまたがないように工夫して並べましょう。

たとえば Excel の場合、入門書を１つの段にまとめ、次の段には Excel VBA や Excel 関数といった応用レベルの書籍を並べるようにします。これらを混ぜて同じ Excel 関連書籍が２つの段に分かれていると、お客様が見落としてしまうことが多くなるからです。

シリーズ別の陳列はお客様に不親切

ときおり、陳列棚で入門書を出版社のシリーズごとにまとめているケースがあります。一見、親切に思えますが、これはお勧めしません。

たとえば、パソコンの入門書を買ったお客様が、インターネットの入門書も同じシリーズのものを買うとは限りません。パソコン入門でもインターネット入門でも、同じテーマのいくつかの書籍を比較し、購入することでしょう。シリーズでまとめられ、離れた場所に置かれてしまうと、気がつきにくくなり、見逃がされてしまいます。お客様が比較検討し、納得して選べるよう、ジャンル別の陳列をお勧めします。

女性・高齢者が買う商品は手が届く段に置く

身長差を考慮して、女性・高齢者の需要が期待できるものは手が届きやすいように中程の段に並べましょう。逆に、購買層の大半がビジネスマンのジャンルは上の段でもよいでしょう。こうしたこまやかな配慮で売上は違ってきます。

Q14 中規模店に適した棚構成を教えて！

意外と難しい中規模店の棚配置

中規模店を想定した棚５段・６本の例を示します。小規模店、大規模店よりもむしろ棚作りは難しい面があります。

この規模のコンピュータ書棚では、まず、一般ユーザーとクリエイター、技術者の動線が重ならないようにすることが最初のポイントとなります。入門者やご高齢の方にとって、技術者やクリエイター向けの書籍は非常に難しく感じられます。そうした難しそうな書籍が並んでいるのを目にすると、場合によっては、書籍を探そうという意欲も下がってしまう心配があるからです。一般ユーザー向けの列とそれ以外の列を分け、互いが混在する列を作らないようにしましょう。

■中規模店にお勧めの棚構成

スマホ、iPhone	パソコン入門、Windows	パソコンソフト	Web 制作、Web プログラミング、クリエイティブ	システム開発	資格試験
iPhone、スマホ	パソコン入門	Word	Web 作成	SE 読み物	IT パスポート
iPhone、スマホ	パソコン入門	Excel	Web プログラミング	ネットワーク構築	基本情報技術者
iPhone、スマホ	Windows(新)	Excel (VBA、関数等)	Photoshop、Illustrator、CAD 等	サーバ構築	応用情報、ネットワークスペシャリスト
SNS	Windows(旧)	PowerPoint	素材集	言語	ベンダー試験
タブレット	インターネット	Access、Outlook	デジカメ	言語	ベンダー試験

← 入り口側

一般ユーザー向け　クリエイター向け　技術者向け　資格書

入口側に配置するのは一般ユーザー向け

まず入り口側に配置すべきなのは、一般ユーザー向けの書籍です。需要の高まっている iPhone・スマートフォン、SNS などは最も入口側に配置します。パソコン入門やビジネス用途のソフト解説書などはその次に配置します。これらを買い求めに来るお客様は、コンピュータ書棚に来る頻度自体が多くないため、探し慣れていないからです。

Web 作成、Web プログラミングなどクリエイター向けの書籍が続きます。その後に SE 向けの読み物やネットワーク構築、サーバ構築、言語などの技術者向け書籍が入り、最後の棚に資格試験をまとめます。

ゴールデンラインと面陳を有効に使う

図では下から３段目としていますが、人の目の高さの段を「ゴールデンライン」と呼びます。この段は目立つ場所ですから、多くのお客様に買われるジャンルやたくさん売りたいジャンル、書籍を配置しましょう。

また、売れ筋や新刊は面陳で展開することで、目立たせましょう。最近は、平台のない店舗も増えていますので、平積みの代替としても面陳をうまく使うことは重要です。

さらに、イチ押しの商品などは、ゴールデンラインで面陳を行うことで、より売上を伸ばすことができるでしょう。

需要が小さいジャンルは最上段や最下段へ

棚の段数が十分にある場合は、ソフトの旧バージョンの解説書や利用者が少ないジャンルなど、需要が小さい書籍を最上段や最下段に配置します。

女性や高齢者のお客様に向けた書籍の置き方などは規模に関係ありません。小規模店の項（Q13）を参照してください。

Q15 大規模店の棚構成はこれで！

大規模店でも一般ユーザー向けは入り口側で

大規模店を想定した棚５段・10 本の例を示します。大規模店の場合はもっと多くの棚がある店舗もあるはずですが、その場合でもこの並びや割合を参考にしてください。

入り口に近いほうから４本を一般ユーザー向け書籍に、次の２本をクリエイター向け書籍に、さらに次の２本を技術者向け書籍に、一番奥の２本を資格書に配分しました。

入り口に一番近いところは、必ず一般ユーザー向けとします。特に大規模店では技術者向けなどの書籍が多くなりますので、入門者や高齢者が求める書籍を探しやすくしておくことは大切です。

まず、今一番注目の iPhone・スマートフォン、SNS 関連書を配置します。その流れでネット関連を同じ段にします。

パソコンや Windows の入門書をその次に配置します。

次の２本にはソフト関連を配置しました。需要の多い Excel と Word はそれぞれ２段を取っています。

■大規模店にお勧めの棚構成

	スマホ、iPhone	パソコン入門、Windows	パソコンソフト	パソコンソフト	クリエイティブ
←入り口側	iPhone、スマホ	パソコン入門	Word	Word、Excel 合本	Photoshop
	iPhone、スマホ	パソコン入門	Word	PowerPoint	Illustrator
	iPhone、スマホ	Windows（新）	Excel	Outlook 等	素材集
	SNS	Windows（旧）	Excel	デジカメ	その他クリエイティブソフト
	タブレット	インターネット	Excel（VBA、関数等）	デジカメ	CAD、DTP
			一般ユーザー向け		クリエイター向け

クリエイター向けは関連ジャンルを近づける

クリエイター向けでは、点数が多く出ている Photoshop、Illustrator にそれぞれ１段ずつ取っています。関連する素材集も近くに配置しましょう。

次の列（棚）は Web 関連です。Dreamweaver や Jimdo、WordPress などに多めに棚を取りましょう。Web プログラミング言語をクリエイター向けの棚に置く場合は、JavaScript や HTML5、jQuery を押さえておきましょう。

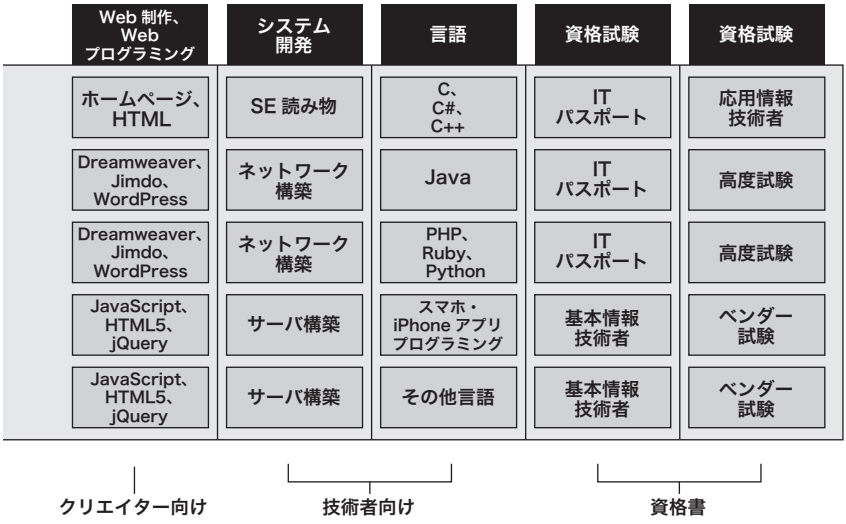
技術者向けはシステム開発系と言語系を分ける

最後に、技術者向けのジャンルとなります。ここでは、システム開発系と言語系に分けましょう。

さらに、システム開発系はネットワーク構築とサーバ構築に分けて配置するときれいに分類できます。

言語系ではスマホや iPhone アプリ向けのプログラミングが人気ですので、まとめて配置するのがお勧めです。

情報処理、ベンダー試験などの資格試験も充実させましょう。一番奥の棚２本を割り当てるとよいでしょう。



Q16 棚分類コードはどう使えばいい？

コンピュータ書の分類は大変？

コンピュータ書のジャンルは多岐に渡ります。また、コンピュータの世界は進歩が早いため、次々に新しい用語が生まれます。そのため、タイトルだけを見てもどのように分類してよいかわからないことが多いでしょう。

こうした悩みを解決すべく、コンピュータ出版販売研究機構（CPU）が策定しているのが「コンピュータ書籍 棚分類コード」です。CPU ではこの棚分類コードを印刷物にした「棚分類コード表」を広く配布しています。

分類に迷ったら、まず棚分類コードをご覧ください。

その棚分類コードはどこに書いてあるかというと、書籍に差し込まれているスリップの上部のボウズ（丸く飛び出している部分）です。

B5 － 01

大分類 = Web作成　小分類 = ホームページ作成

常に最新の棚分類コード表をお手元に

棚分類コード表は、各 CPU 加盟社から取り寄せることができます。また、CPU の Web サイトからダウンロードすることもできます（http://www.computerbook.jp/）。

棚分類コードは 2 ～ 3 年おきに改訂されています。なるべく新しい一覧表を加盟出版社から取り寄せるか、ダウンロードしてお手元に置いておきましょう。

棚分類コード表を見ることで、コンピュータ書全体にどのようなジャンルがあるのか俯瞰することができます。

また、改訂の際には「キーワード」も見直されますので、それによって、どういったテーマの書籍が増えてきているのかも見て取れます。

新刊書籍の分類だけではなく、棚構成を見直すときにも棚分類コード表が役に立ちます。棚分類コード表を見ながら、特定ジャンルのものが多すぎたり少なすぎたりしないかチェックすることで、バランスの取れた棚を作ることができます。

Q17 基本書の揃え方を教えて！

品揃えの最初の一歩

コンピュータ書の品揃えの最初の一歩は、「定番」や「基本書」と呼ばれる、各ジャンルで定評のある書籍と鮮度の高い売れ筋を揃えることです。

定番や基本書は、全国規模の売上データに基づいて選ぶのが確実ですが、「CPU 基本セット」も参考になります。１度の発注で、CPU 加盟社の定番商品が揃う便利なセットです。

CPU 基本セット窓口：（株）マイナビ
TEL 03-6267-4477

また、年に 3 回程度の入替、見直しを行っていますので、鮮度も高く、安心してお売りいただけます。

各ジャンルの鮮度管理のポイントを抑えよう

棚本数が限られる小規模店を除いて、コンスタントな売上のためには、やはり定番と売れ筋の商品をしっかり揃えておくことが大切です。

そして、ほとんどのジャンルに当てはまるのが、「鮮度が重要」ということです。OS やソフトでは頻繁にバージョンアップが行われます。現行のバージョンがいくつなのか常に頭に置いておきましょう。スマートフォンや iPhone のジャンルは最もサイクルが早く、棚のメンテナンスが大変なジャンルです。その分、売れ筋の機種に対応した書籍をタイムリーに揃えておくと大きな売上が期待できます。LINE や Facebook などの SNS はインストールこそ簡単ですが、さまざまな機能があるほか、セキュリティの設定が必要となるなど、わかりやすく整理された最新の情報が求められるジャンルです。専門家向けの技術書では最新の情報が求められます。資格試験で試験日のスケジュールが売れ行きに影響することは説明の必要もないでしょう。

旬の売れ筋商品は面陳や平台などで大きく展開し、型落ちしたバージョンの商品は定期的に整理していきましょう。コンピュータ書は生ものと思って扱っていただくのがポイントです。

Q18 発注方法のうまい使い分けは？

便利な自動発注にも苦手がある

最近普及してきた書籍の自動発注はとても便利なシステムです。売れ筋が必要な分だけ自動的に入荷しますので、なんといっても無駄がありません。専門性が高く内容の難しいコンピュータ書の品揃えでは、全国的な実売データを活用した自動発注システムの長所が活きてきます。

このように賢い自動発注システムですが、それに任せきりにするよりは、さまざまな発注方法を組み合わせることで、より売上を伸ばすことができます。

自動発注システムは無駄がない半面、タイムリーさには欠けるところがあります。また、自動発注だけで棚を作っていくと、徐々に棚の鮮度が落ちていきます。カテゴリーごとのバランスが悪くなっていくこともあります。

自動発注やPOS発注では、売れる書籍に限って注文が重なるものです。そのため、出版社でも品切れになってしまうことが多く、重版を待っているうちに、せっかくの販売機会を失うことも少なくありません。こんな時には、出版社の営業担当と直接やりとりしてみるとよいでしょう。個々の営業担当が自分用の在庫を持っていたりします。こうした「裏技」も使って、売り逃しのない展開を心がけましょう。

上手に発注方法を組み合わせよう

発売直後からよく売れていたり、メディアで話題になって瞬間的に大きな売上が見込めそうな書籍は、出版社の営業担当からの情報などを参考にして、面陳や平台用に個別に発注をかけましょう。

また、シリーズで揃えて売ったり、関連書と併売して売れ行きを伸ばしたいといった場合は、個別に手配する必要があります。

近隣の競合店と同じような品揃えにしていては、売れ行きも伸びません。棚で回す商品は自動発注システムに任せつつ、セットやシリーズ、フェアなどで強弱のついた発注を織り交ぜ、店舗ならではの工夫を組み合わせて展開していくのが、売上を伸ばすポイントです。

Q19 棚整理・メンテナンスのポイントは？

棚の鮮度を保ち売上アップにつなげよう

書店は、お客様が商品を手に取る回数が多いだけに商品が乱れがちなお店です。コンピュータ書には高価な商品も数多く存在しますが、同じ価格の同じ書籍ならば状態のよい商品を購入したいというお客様の心理に応えるためにも、棚整理・商品管理は重要です。

お客様が手に取った書籍は、帯が外れたり、スリップが飛び出したりしています。長く陳列していると、日焼けしたり傷んだりもしがちです。次のお客様に手に取っていただく機会を増やすために、帯やスリップの乱れを直したり、傷んだカバーや傷んだ本を取り替えるといった、こまめなメンテナンスは非常に効果的です。気づいた時点で入荷したときの状態に近づけましょう。

棚整理は数日怠ってしまうと、どうしても負担が大きくなってしまいますので、整理すべき商品を溜めないことが大切です。また、日頃から棚整理を行っていると回転していない商品を把握することもでき、抜くべき商品を判断しやすくなります。棚整理はとても地味ですが、継続することで棚のコンディションが保たれ、他店との差別化を図ることができます。棚整理・メンテは確実に売上アップにつながります。

棚整理を通して客層が見えてくる

棚整理をしていると、乱れやすいジャンルや書籍に気づくことがあります。それは興味を示しているお客様が多い証拠です。

判型が小さい商品を棚の奥まで詰めるのではなく、棚の前面で背表紙を揃えている書店もあります。これでお客様は手に取りやすくなります。買いやすくなるのは当然ですが、手に取られる頻度を把握することで、顧客ニーズという情報収集にも役立ちます。これはその後の棚構成や品揃えの重要なヒントとなります。

このように棚の整理・メンテは、さまざまな面で増売の効果が期待できます。

Q20 お客様が手に取りやすい陳列とは？

探しやすく、棚から取り出しやすくするのが基本

書籍の陳列は、お客様が書籍を探しやすく、棚から取り出しやすい状態にすることが基本です。同じテーマ、たとえばWordの書籍の中で異なる判型のものを陳列する場合は、判型ごとに集めることをお勧めします。小さい書籍は大きい書籍の間に隠れていると取り出しづらいものです。

また、陳列している書籍が棚の収納量を超え、ぎっちりと詰まっていると、取り出しにくくなります。指１本入るくらいの余裕は持たせてください。棚に余裕がない場合、お客様が書籍の上部に指を引っかけて書籍を取り出そうとするため、カバーの上部が傷みやすくなります。

また、棚に差している書籍の上に別の書籍が乗っていたり、棚の下の段の書籍が平積みによって取り出しにくくなっている状態も避けましょう。

きれいな書籍を陳列するため、傷みやすい陳列は厳禁です。棚板と書籍の上部に一定の余裕を残さないと書籍の上部が傷みます。平台の上に背表紙が見えるように並べるのも、書籍が反ったりカバーが乱れやすくなります。

なお、お客様が心理的に取りやすい陳列である必要があります。平積みで冊数が１冊では、残りものを買わされる気持ちになるでしょうから、平積みは２冊以上にしておくことをお勧めします。

取り出しにくい陳列・傷みやすい陳列の例

- **判型ごとにまとまってない。**
- **隙間なくぎっちり並んでいる。**
- **棚に差している書籍の上に別の書籍が置かれている。**
- **棚の下段の前に平積みが高く積まれている。**
- **棚板と書籍の上部に余裕がない。**
- **平台の上に背表紙が見えるように書籍を差している。**
- **平積みの冊数が１冊になっている。**

Q21 ゴールデンラインの上手な使い方は？

お客様の視線の高さに需要が大きいジャンルを

「ゴールデンライン」とは、お客様の視線の高さに位置する棚の部分です。お客様の目線が最初にいくところですので、このゴールデンラインをうまく活用した陳列をすることが大切です。

コンピュータ書には、一般ユーザー向け、技術者向け、クリエイター向けの書籍がありますが、それぞれに需要が大きいジャンルやテーマがあります。たとえば、一般ユーザー向けでは Excel は Word よりも需要が大きく、技術者向けでは Java や PHP は XML や Perl より需要が大きいと言えます。需要が大きい商品をゴールデンラインに、需要が小さい商品をゴールデンラインの上下にくるように陳列するとよいでしょう。

買われるお客様の特徴を考えよう

女性や高齢者と男性では身長差がありますので、アイラインが異なります。

女性や高齢者向けの書籍と男性が多い技術者向けの書籍が混在する棚の場合は、女性・高齢者向けはゴールデンラインの下段に並べましょう。購買者に男性が多い書籍はゴールデンラインの上段でもよいでしょう。

また、目立たせたい面陳はゴールデンラインに作ります。最下段や最上段に作ってもあまり効果がありません。面陳は効果的に作ると、売上が伸びるのはもちろん、そのジャンルでいま何が流行っているのかなど、お客様への情報発信の上でも非常に効果的です。

ゴールデンラインに置くべき商品

- **Windows、Excel、Word**
- **iPhone、SNS など流行もの**
- **HTML、WordPress、JavaScript、PHP、jQuery**
- **Java**
- **基本情報技術者試験、IT パスポート試験**

Q22 POP・拡材の効果的な使い方は？

店頭のリフレッシュに POP を使おう

POP は店頭広告メディアとして、販売促進効果があります。

しかし、いつも同じテレビ CM が流れていれば見飽きてしまうのと同様に、店頭 POP にも一定の賞味期限があります。リピーターのお客様のご来店頻度にもよりますが、3 カ月を超えると効果がなくなると言われていますので、一定の期間で付け替えていきましょう。また、POP が替わることで店頭のリフレッシュにもつながります。

書籍の「旬」を伝える

POP を使えば、たとえば「Windows が新しくなった」、「iPhone が新しくなった」といったように、ジャンルごとの話題を追って「旬」を見せることができます。コンピュータ書コーナーで最も目立つ位置に、こういった「旬」を伝えるテーマの POP を立てることでお客様に興味を持っていただければ、高い効果が期待できます。

お店の個性を伝える

新刊と並んで既刊を購入していただくための工夫も大切です。他店とは異なる品揃えやフェア展開で魅力を高める必要がありますが、その際にも POP がさらに効果を高めてくれるはずです。

時期によって売れ行きが持ち上がるジャンルもありますので、それに合わせて POP を付けることでお客様に「買い時」を宣伝することもできます。

また、売れ行きが止まってしまった書籍でも、POP によって動きが復活するケースも多々見られます。

POP は決して凝ったものにする必要はなく、テーマの選択とタイミングが重要です。

なお、出版社が提供する拡材についても、POP と同様に効果を発揮しますので、うまく使いましょう。

Q23 分類プレートは挿したほうがいいか？

分類プレートで初心者にわかりやすい棚に

書店に来店されるコンピュータ書の購買層は、大きく分けて 2 つのパターンに分かれます。

第一に、コンピュータの基本操作を中心としたガイドを求める「初心者」です。初心者は、自分の求めるテーマ、たとえば「Windows」「インターネット」といったキーワードを頼りに書籍を探すことになります。

初心者はコンピュータに関する知識はありませんので、棚のどこを探せば目的の書籍に出会えるかという察しがつきません。ご案内の手段として「Windows」のような具体性のあるキーワードで分類プレートを挿しておけば、書籍を探しやすくなります。このように、書店員様のご案内業務を補助する意味でも、入門者向けの分類プレートは有用です。

専門的なユーザーにも効果を発揮する

一方、コンピュータを専門的に利用しているユーザーの場合でもプレートは有効です。こうしたユーザーは、目的買いのお客様であると推測できます。また、業務中に来店されているケースも多いことから、目的の書籍を短時間で探し出し、購入して帰りたいと思っています。このようなニーズに応えるためにも、プレートが威力を発揮します。

さらに、こうしたお客様は関連する書籍までまとめ買いをする傾向もあります。プレートでうまく誘導すれば、売上が変わってきます。

一度の来店での購入が 1 冊だったとしても、関連ジャンルのプレートが目に留まっていれば、後日さらに別の書籍を購入していただけることにもつながります。

棚本数が多い大規模店であれば、プレートの重要性は高まります。また、レイアウトの都合上、動線が込み入っている店舗などでもプレートは大きな効果を発揮します。

Q24 立地条件のポイントを教えてください

立地条件の把握はなぜ必要か？

立地条件によって、客層は大きく変わります。客層が変われば売れ筋商品も変わってきます。それゆえに、近隣の環境（企業の有無、教育機関や関連する小売店の有無など）分析はとても重要ですし、必要な作業といえます。

特にコンピュータ書の場合は、近隣の環境によって大きく売れ筋商品が変わってくるジャンルですので、強く意識してほしいポイントです。

立地条件による販売方法の違い

まず駅前や駅の立地。特に駅構内の場合などは多種多様な客層が予想されます。コンピュータ書についても、当然売れ筋商品の幅は広くなります。

この立地でも、「あまり棚がないし、コンピュータ書の読者もいないだろう」と思われる書店は多いと思います。しかし、予想外に中・上級者向けのコンピュータ書が売れることもありますので、実験的にでもいろいろなジャンルのコンピュータ書を置いてみてもよいでしょう。

商店街であれば、街の特色によって大きく異なります。実際に来店されているお客様に話を聞くことによって、思わぬ発見があり、品揃えに活かすこともできるでしょう。お問い合わせを受けた際などに、リサーチしてみてください。

住宅地に立地しているのであれば、主にファミリー層、中高年が中心です。専門的なものは敬遠される傾向にあります。一般的には廉価版画像編集ソフト（Photoshop Elements など）、モバイル製品（スマートフォンや iPod などの携帯音楽端末）の使い方、Web、ブログ、SNS（Twitter、Facebook、LINE）などのインターネットの使い方、NHK 講座などに代表される趣味（デジカメ、ビデオ編集）の書籍などがよく売れます。

他の立地や近隣の環境によっての傾向や対策などについては、次項以降で解説していますので、合わせてご確認ください。

Q25 近隣に大学、専門学校がある書店の品揃えは？

大学が近くにある場合の売れ筋は

大学が近くあれば、ネットワーク関連、情報処理の書籍が売れます。

特に、理工系の大学が近隣にある場合には、確実にコンピュータ書の読者が商圏に存在しますので、学生が必要とする品揃えは必須です。

ポイントは、大学によって売れ筋が変わってくることです。設置されている学科や研究分野まで調べ、ジャンルを特定する必要があるでしょう。

理工系大学の専攻で、コンピュータ書の売上に影響するものを挙げますと、「通信・ネットワーク系」「通信機器系」「情報処理系」「コンピュータ基礎」「ハードウェア技術系」「ソフトウェア技術系」「データベース・計測系」「建築系」「プロダクトデザイン系」などがあります。

その中で、どのジャンルのコンピュータ書が動くのかということが把握できれば、継続的に高い売上を取ることができるでしょう。

芸術系の大学では、CG、デザインの本が圧倒的に売れますので、在庫を充実させましょう。

また、学園祭などの学生主体のイベントの準備期間には、Photoshop、Illustrator などの本がよく動きますので、注意してみてください。

専門学校は売れ筋の傾向がつかみやすい

専門学校の場合、大学の場合と同様に、学校によって異なりますが、大学よりも狭い範囲を学ぶことが多いですので、その学校の学科や設置科目さえわかれば、売れ筋の傾向はつかみやすいと思います。その学校の Web などで調べてみましょう。

昨今のコンピュータ系専門学校では、C 言語、Java などのプログラミング言語や Web 制作・設計、ゲームプログラミングなどの履修生が多い傾向があります。

また、情報処理技術者試験やマイクロソフトオフィススペシャリスト（MOS）などの資格書が動くケースも多くなってます。

Q26 近隣にIT 企業、メーカーがある書店の品揃えは？

IT 企業が近隣にある場合はネットワーク関連が売れる

IT 企業（＝情報通信業）と言っても、さまざまな業種があります。

その中でも通信業や情報サービス業、インターネット付随サービス業などがコンピュータ書の売上に直接つながる業種です。

通信業は日本電信電話（NTT）、NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイルなどが代表的な企業になります。

規模としては大規模な企業が多いので、さまざまな職種・職域を有していますが、確実に動くコンピュータ書はネットワーク関連書です。

情報サービス業は、情報の処理や提供などのサービスを行う企業で、情報システムの開発から運用・保守・管理までを請負うシステムインテグレーターや各種ソフトウェアの開発などを行うソフトウェア業を指します。

富士通や NEC などのメーカーや NTT、証券会社の子会社などの大資本系から小規模までさまざまな規模があります。

業務内容も広範囲ですが、各種プログラミングやシステムエンジニア、プロジェクトマネジメントに関する書籍について、一定の需要があります。

インターネット付随サービス業は、インターネットを通じて、通信および情報サービスに関する事業を行う企業。大規模な企業もありますが、ベンチャー企業も多いのが特徴ですので、気づいていないだけで、実は近隣に該当する企業があるということも考えられます。その名の通り、インターネット技術に関連する書籍の需要がありますが、その中でも新しい技術に関連する書籍の動きが目立ちます。

メーカーが近隣にある場合の品揃えは

大規模な企業も多く、職種・職域も広範囲に渡ります。また、大手メーカーも実は情報サービス業をメインの業務にしていることもありますので、調査をして品揃えをすることが必要です。理系の従業員が多い工場や研究所はコンピュータ書でも専門的な内容のものが動くことがあります。

Q27 近隣に家電量販店、携帯ショップがある書店の品揃えは？

家電量販店が近隣にある場合の品揃え

家電量販店は、家電、AV 機器、パソコンなどをはじめ、非常に多くの商材を扱っていますが、昨今ではおもちゃ、食品、オフィス用品、アウトドアグッズ、美容など、ますます取り扱い商品を増やしています。

都心部の超大型店舗などは家電店の枠を超えた、まさに総合小売店とも言える状況になっています。

その中でも、コンピュータ書に関連する商品ということでは、まずはパソコンが挙げられます。

家電量販店でパソコンを購入する方の特徴としては、初心者やあまりパソコンに詳しくない方が多いということが言えます。そのため、近隣の書店でも Windows を中心とした OS の入門書は大きな需要が期待できますので、幅広い品揃えをしてもよいと思います。

続くのは Excel、Word などの Microsoft Office の関連書。特に入門書はよく売れますので、豊富な品揃えが必要です。

パソコン以外では、モバイル関連機器（スマートフォンや iPod に代表される携帯音楽端末）の機種別解説書も売れ筋となります。それに付随して、SNS（Twitter、Facebook、LINE）などのインターネットの使い方関連書籍も充実させておくべきでしょう。

デジカメの解説書などもよく売れます。

携帯ショップが近隣にある場合の品揃え

そのものズバリ携帯通信端末（主にスマホ）の解説書が一番の売れ筋になりますが、家電量販店以上に最新機種の解説書が発売間もない早い段階で動くケースもあるようです。

こちらもスマホで使用するための SNS（Twitter、Facebook、LINE）関連書も売れ行きがよい傾向があります。

Q28 SC内立地､郊外路面店の品揃えのポイントは？

大型SC内立地の場合はファミリー、主婦、若年層中心に

近年、ますます大型ショッピングセンター（SC）の出店が加速しています。埼玉県のイオンレイクタウンや千葉県のイオンモール幕張新都心のような超大型と言える規模の SC も増えてきています。大型 SC の場合は商圏も広くなりますので、より多くの来店客があることと思います。

ただし、商圏は広がっても、客層に変わりはありませんので、ファミリー層、主婦層、若年層が多いでしょう。特に一般的には女性の比率が高いことから、書籍も女性向けのものがよく動きます。

ジャンルとしては、Windows を中心とした OS や Excel、Word などの Microsoft Office の入門書、モバイル関連機器（スマートフォンや iPod などの携帯音楽端末）の使い方に関する書籍、女性向けデジカメ書籍などが売れています。

また、年賀状素材集については、最も売ることができる立地ですので、秋から冬の販売シーズンには、レジ前などの目立つ場所でコーナー展開をすることでより多くの売上につなげることができます。

郊外路面店なら平台、面陳に工夫を

郊外路面店については、これまでの CD/DVD レンタルコーナー以外にも文具・雑貨やお菓子、美容用品など、複合化がこれまで以上に進んでいる状況かと思います。

複合化により、商圏の広がりにもつながっていると思いますが、大型 SC に比べると商圏は狭いということになります。

逆に言えば、同じお客様の来店数が多くなりますので、定期的に平台・面陳アイテムの入れ替えを実施して、コンピュータ書と言えども、飽きさせない工夫が必要です。

売れ筋のジャンルは大型 SC と大きくは変わりませんが、中・高生なども立ち寄りますのでスマホを中心としたモバイル関連機器の売れ行きはより高くなるでしょう。

Q29 ビジネス街に立地している書店の品揃えは？

近隣企業の業種をチェックする！

ビジネス街にある企業の業種はさまざまですので、書籍の売れ筋ジャンルも近隣にある企業によって変わってきます。

Q26で紹介しているIT企業以外にも、金融関連、建設・不動産、物流・運送関連、エネルギー関連、機械製造関連、流通･商社など業種や企業規模によって「必要とされるITスキル」と「コンピュータ書の需要」が変わってきますが、それを把握して、品揃えに活かしてください。

たとえば、銀行の大型システムはいまだにCOBOLでプログラムされているものも多いということや、企業のコーポレートサイトが実はWordPressなどのブログソフトウェアで作成されていることなどが見えてくると、売上に直結させることができます。

ビジネス街に立地している場合の品揃え

客層としては当然ビジネスマン、OLが主な来店客となりますが、操作に慣れたユーザーも多いことから、入門書だけでなく、中級者向け書籍や専門書もよく売れます。

Excel、WordなどのMicrosoft Officeの関連書でも、関数やマクロ、VBAなど中級者向けの書籍が動きますし、ビジネス活用術のような内容の書籍も必ず在庫するようにしたいところです。また、昨今のビジネスの現場ではPowerPointが活用されていますので、充実させておきましょう。

モバイル（スマートフォンやiPodなどの携帯音楽端末）の使い方に関する書籍も外せません。新機種の発売と同時に売れていきます。

また、昨今ではコンピュータ書に近い内容のビジネス書やビジネス書に近い内容のコンピュータ書の刊行も増えてきています。上でも挙げているスマホを利用したビジネス活用術のような書籍やパソコンを活用した統計に関する書籍、Webマーケティングの関連書などが当てはまります。

Q30 同じ商圏の競合店をどのように意識すべきか？

競合店を意識することは重要

近隣には競合店があるはずです。同じ商圏にある競合店を知ることは、自店の客層を広げたり、つなぎ留めたりすることにもつながります。競合店を意識することは、結果的に自店の魅力を高めることになります。ぜひ定期的に訪問して研究するようにしましょう。

どのように競合店を意識すればよいか？

しかし、目的意識が希薄なまま競合店を訪問しても何の意味もありませんので、何を参考にするのかという点について、明確にしてから視察に行きましょう。

ポイントになるのは、棚（ジャンル）構成、陳列方法、注力書籍などでしょう。

これらの中で自店に取り入れてプラスになることは採用していくべきですが、こうしたポイントを分析、把握することによって、競合店との差別化を打ち出していくことが可能になります。

店内に売上ランキングが掲出されているようでしたら、定期的に確認しに行きましょう。それによって同じ商圏にありながら気づいていなかった売れ筋ジャンルというものを見つけることもできるのではないでしょうか。

また、参考にすべきところはコンピュータ書棚だけではありません。

店全体の棚構成やその中でのコンピュータ書棚の位置づけ、微妙な客層の違い、スタッフの接客といったことに「気づき」があることでしょう。

出版社の営業担当から同一商圏や少し離れた競合店の情報を聞くこともできるはずです。

同一商圏の競合店以外でも、似たような立地や客層の書店、コンピュータ書の実績上位の書店などを視察して、自店に取り入れることができる棚作り、陳列方法、商品構成などを積極的に見つけてください。

Q31 雑誌・ムックと書籍の売り方の違いは？

書籍、雑誌、ムックそれぞれに適したテーマがある

コンピュータをテーマとした出版物には、書籍以外にも、雑誌やムックがあります。そして、それぞれはその性格を活かして作られています。

雑誌やムックは判型が大きいのが普通ですから、よりビジュアルに解説したいテーマが向いています。雑誌では、新製品やソフトのバージョンアップなどの解説がタイムリーに掲載できます。

対して、書籍に向いているのは、じっくりと学びたいというニーズのあるテーマ、ジャンルでしょう。

雑誌、ムックと書籍では売られる棚も異なります。雑誌、ムックはいわゆる「雑誌棚」です。書店の中では、入り口近くにあって、通りがかりでフラリと入ってきたお客様の目にも留まるポジションです。

一方、書籍棚は店の深い位置にあることも多く、目的をもったお客様中心の売り場と言えます。

商品	特徴	棚位置	売れ方
書籍	小さめ・専門的内容	奥	目的をもって買われる
雑誌	大きめ・情報が速い	入り口近く	情報を求めて買われる
ムック	大きめ・見やすい	入り口近く	わかりやすさで買われる

コンピュータ書棚を雑誌棚と近づけてみる

しかしながら、書籍でも雑誌やムック的な売り方が向いているものもあります。たとえば、大判の入門書や実用書は、書籍ですが、雑誌の棚に陳列することも効果的です。また、スマートフォンの書籍は雑誌購入層である若者によく売れますので、コンパクトなサイズのものなら、雑誌棚にラックをかけて販売するのもお勧めです。

思い切って、コンピュータ雑誌とコンピュータ書の棚を近づけてみましょう。初心者は、雑誌で情報を集めるのと同時に、入門書も買い求めてくれるでしょう。こうした併売の効果が得られることと思います。

Q32 ビジネス書棚に置くべきコンピュータ書は？

PowerPoint、Excel などのビジネス活用書を置いてみる

PowerPoint でのプレゼン資料作成、Excel を使ったデータ分析などを解説する書籍はコンピュータ書よりむしろビジネス書棚で販売するほうが実売が出るケースがあります。ビジネス書棚にはプレゼンやマーケティングの書籍が集められています。プレゼン理論やマーケティング理論などの読み物と一緒にコンピュータ書も購入されることがあります。

ネットビジネス関連書をビジネス書棚に置いてみる

Web マーケティング、ネットショップ開業、SEO 対策などはビジネス書棚でよく売れています。「『Web』に関わるものはすべてコンピュータ書」という発想はもはや時代遅れです。今やほとんどの企業でコンピュータが導入され、その中でも Web 関連はビジネスツールの基本となっています。タイトル回りに「ビジネス」というキーワードが出てきたら本のまえがきをサッと読んでみましょう。ビジネス向けの内容であれば思い切ってビジネス書棚で展開しましょう。

Facebook、Twitter など SNS 関連書を置いてみる

スマートフォンの爆発的な普及によりソーシャルメディアは個人だけでなく、企業やビジネスマンが宣伝・販売ツールとして積極的に採用して取り組んでいます。たとえば出版業界でも出版社や書店･書店員が新刊案内やイベント･フェア情報などの告知でソーシャルメディアを利用していることはご存知のことでしょう。

基本的なアプリケーション解説書ではなく、上手にソーシャルメディアを使って広告効果を上げたり、販売促進ツールとして利用するなど、ビジネスで使うことに軸足を置いた書籍についてはビジネス書棚で展開した方が効果的です。

Q33 芸術書棚で売れるコンピュータ書は？

素材集を芸術書棚に置いてみる

芸術書にはデザイン書が置かれていることから、多くのデザイナーや芸術専攻の学生が訪れます。デザイナーはデザインする上で素材集を多用します。さらに、急な案件に対応するためにまとめて何冊も買うケースがあります。デザイン性が高いものは芸術書との併売をお勧めします。

CG イラスト技法書を芸術書棚に置いてみる

ペンタブレットやソフトウェアの技術向上により、漫画系イラストはパソコン上で描かれることがほとんどです。芸術書の絵画技法書にはアナログのデッサン技法書やポーズ集が展開されています。これらと一緒に CG イラスト技法書やソフトウェア解説書を展開することをお勧めします。

アナログのデッサン書などは芸術書棚に置かれていますが、デジタルでの着彩となるとコンピュータ書に売り場が変わってしまうというのが最近の書店の棚の現実です。これは「Photoshop」と書かれているものはすべてコンピュータ書に置けばいいと思い込んでいる書店員が多いからでしょう。最近は SAI、CLIP STUDIO PAINT などさまざまなイラスト描画専用のソフトウェアが登場しています。読者ニーズを考え、CG イラスト関連書は芸術書棚で展開することも検討してみましょう。

ボーカロイドや DTM 関連書を音楽書棚に置いてみる

イラスト技法書と同じく、ボーカロイドや DTM 関連書も音楽書棚に置くことをお勧めします。ボーカロイドはもはや楽器の一部として認識されつつあります。従って、音楽理論や作詞・作曲関連書も一緒に購入することがあります。また、楽曲投稿サイトの興隆から、ギターなど生楽器を演奏・録音してパソコンで編集するケースも増えています。こうしたニーズに対応するため DTM アプリケーションも音楽書棚で展開してみましょう。

Q34 デジタルカメラの書籍はどこで売ればいい？

基本は趣味実用棚や芸術棚に

フィルムカメラからデジタルカメラが主流になり、多くの機種別解説書が刊行されています。カメラ、写真の分野は古くから趣味実用棚や芸術書棚で扱われてきました。デジタルに変わったとしても、ユーザーが変わるわけではありません。従って、デジタルカメラ書も芸術書棚で展開することが自然の流れと言えます。

近年、デジタルになったことで気軽さが増し、カメラを趣味にする人が増えてきました。中でもデジタルカメラを購入する女性が増えています。こうした背景から、書籍のニーズも多様化し、マニアックなテクニック集や機種別の解説書のみならず、女性向けに特化した書籍やわかりやすく撮影テクニックを解説する書籍もよく売れています。

カメラ雑誌棚に置いてみる

デジタルカメラの書籍では、ポケットサイズの機種別解説書がたくさん発行されています。これらは、雑誌棚にラックをかけて置いてみるのもよいでしょう。

初心者はまず書店の入り口に近い雑誌棚に寄ることが多いので、手軽なこうした書籍の販売にもつながることでしょう。また、カメラ雑誌の読者がこれらの書籍を一緒に買ってくれるかもしれません。ラックをかければスペースを有効活用できるので一挙両得です。

写真加工・レタッチなどはコンピュータ書棚に

撮影したデータを加工して SNS やブログにアップする人が増えています。写真加工・レタッチといった作業は Photoshop などのソフトを利用します。高度なテクニックまで解説するものもありますので、これらの書籍はコンピュータ書棚のクリエイティブ書籍とまとめておくとよいでしょう。

Q35 中・上級者向け書籍の揃え方は？

入門書だけでなく、中級者向けまで幅広く揃えることが大切

よく「うちは入門書しか売れない」という書店員の言葉を耳にします。そうした店舗では、入門書の比率だけが高くなっていることでしょう。入門書を広く浅く揃えて終わりにしてしまうのではなく、各ジャンルの中・上級者向け商品をしっかり揃えてみましょう。それによって、これまで気がつかなかった客層が存在することもわかることがあります。

これまで気がつかなかっただけで、実は入門書以外もよく売れる場合があると思いますし、中・上級者向けでもジャンルを絞ったほうがいいといったことまでわかることもあるでしょう。

幅広く置いていることでリピートがある

たとえば、Photoshop の入門書を購入されたお客様がいたとします。そのお客様がある程度 Photoshop の操作ができるようになったときに、きっと次の課題が出てくるでしょう。そのときに「あ、あの書店はレベル別に揃えてあったな」と覚えていてくれればリピーターとして来店してくれます。Photoshop に限らず、Office 製品でも、プログラミング言語でも同じことが言えます。しかし、上のレベルの書籍を置いていなければ、そのお客様は違う書店で自分に合った書籍を探すことになるでしょう。

前述した通り、入門書ばかりの棚では、お客様のリピート率を下げていると同時に、売り伸ばしもできていません。

置いているジャンルが各レベルを揃えた品揃えになっているか、もう一度自分の作った棚を見直してみましょう。「お客様と共に歩む」という意識をもって、初級者レベルの書籍だけでなく、中・上級者向けの書籍も揃えておくことをお勧めします。

Q36 最新バージョン情報の入手方法は？

製品の普及具合を意識する

コンピュータ書は「製品の取扱説明書」であるとも言うことができます。「製品」は通常、定期的あるいは不定期的にバージョンが更新されます。新バージョンの製品に買い換えを行うと、多くのユーザーはそれに対応した取扱説明書＝コンピュータ書を必要とします。

大きな変更であるバージョンアップというのは最も強く情報が求められるタイミングですから、コンピュータ書販売でも強く意識すべき大切なポイントです。

新しいバージョンが出ると、それに対応した新刊が各社から刊行され、平台に並びます。これらをしっかりと売るのはコンピュータ書販売の基本ではありますが、気をつけなければならないこともあります。

旧バージョンの需要も急になくならないということです。新バージョンが出たからといって皆が乗り換えるわけではありません。ソフトやハードによって事情は異なりますが、特に企業や学校では、何年も旧バージョンを使い続けることもあります。旧バージョンの品揃えをおろそかにすると売り損じが生じてしまいます。どのバージョンがどのくらい普及しているのかといった情報収集を行い、新バージョンに偏ることなくバランスの良い品揃えを心がけましょう。

定期的に情報を収集しておくべき企業と製品

企業名	製品名
マイクロソフト	Windows、Excel、Word、PowerPoint、Access
Adobe	Photoshop、Illustrator、Dreamweaver
アップル	Mac OS、iOS、iTunes
Google	Android、Nexus
ソニー	Xperia
サムスン電子	GALAXY
シャープ	AQUOS

Q37 出版社から得られる情報は？

新刊情報をしっかりつかむ

初めて耳にする言葉が頻出するコンピュータ書の新刊は、新しく流行するものの先駆けとなっていることが多く、数年後、その言葉が日常で使われることになることも少なくありません。出版社の営業担当が持ってくる新刊案内には新しい時代の技術に関するエッセンスがたくさん詰まっています。

営業担当から新旧バージョンの情報を聞く

新バージョンの解説書が出た場合、旧バージョンの扱いがポイントになります。こういった情報については出版社の営業担当から情報を得るのが有効です。

出版社は解説書を制作するにあたって、そのソフトやシステムのあらゆる情報を収集します。旧バージョンは併売すべきか、または返品すべきか出版社の営業担当に相談してみてください。きっと有用な情報を提供してくれるはずです。

出版社のニュース配信で情報をゲットしよう

出版社には書籍の発行と合わせて、新しいテクノロジーに関する情報を日々配信しているところもあります。コンピュータ書担当になったら定期的にこういったニュースをチェックしましょう。以下に紹介するサイトは本書を刊行している CPU 加盟会社やそのグループ会社が提供しているニュースサイトです。

出版社が発信している IT 系ニュース

- インプレス　PC Watch　http://pc.watch.impress.co.jp/
- アイティメディア　ITmedia　http://www.itmedia.co.jp/
- 技術評論社　gihyo.jp　http://gihyo.jp/
- 翔泳社　CodeZine　http://codezine.jp/
- マイナビ　マイナビニュース　http://news.mynavi.jp/

Q38 冊数か、売上金額か？

店舗の利益につながる「売上金額」を重視しよう

品揃えや棚を構成する際に、売上データを参考にすることは基本ですが、ほとんどのランキングデータが冊数ベースとなっています。しかし、「冊数ランキング」と「金額ランキング」で、ランクインする書籍が変わる場合も多く、平均すると 3 ～ 4 割は変化します。さらに、ランキング全体の販売金額合計額をみると「金額ランキング」の総額の方が上回るのが一般的です。

実際にある月のある書店チェーンのランキングを例に挙げると、冊数順では 13 位の書籍が金額順では 6 位、18 位の書籍が 9 位、逆に冊数順 4 位の書籍が 11 位、7 位の書籍が 14 位というように、同じ書籍でも 2 つのランキングでの順位は変化します。

ちなみに、この例における両ランキング 10 位までの販売金額総額は、金額ランキングの方が約 7% 上回っていました。もちろん、冊数ランキングはその商品の勢いを見たり、購買層の大小を評価するために欠くことのできない重要な指標ですが、これに加えて実際の販売金額データを重視することで、店舗の直接的な利益につながるのです。

このことを実際の品揃えに活かすために、次のようなことを実践してみるとよいでしょう。

①金額ランキングの上位から順に陳列状況を調べてみる（上位 10 位でも 30 位でもとにかくやってみるのが重要）
②それらの書籍は平積みや面になっているか？　棚差しの場合、置かれてる場所は適切か確認してみる
③なぜ売れているのか？　理由を調べてみる

大規模店では、月々の販売冊数が 2 ～ 4 冊（棚回転限界数）の商品に注目して、補充が間に合わず売り逃している書籍がないかを確認し、小規模のお店では、販売冊数が月に 1 冊であっても単価の高い書籍であれば、売り方のチェックをしてみる価値があります。

Q39 平台は新刊だけでいいのか？

重要な新刊の平台展開

コンピュータ書でも多いときは毎日、新刊配本があります。新刊を平台や面で並べることは非常に大切です。新刊を平積みにすることで売り場の鮮度が増します。新刊を売るのは書店の醍醐味でもあります。また発売を待っていたお客様がそれを目指してお店に来ることもよくあります、そのようなお客様の期待に応え、確実に手に取っていただくことが次の来店につながるのです。

特にスマートフォンの新製品に対応した書籍やソフトウェアのバージョンアップに対応した書籍が発売されると、初速が出ます。タイミングを逃さず、平積みにして増売を図りましょう。

新刊以外に平積みすべき書籍

しかしながら、平台が新刊だけで埋まっているという状況は控えたいものです。

どんな分野でも定番書があります。定番書は１年を通してコンスタントに動きます。また、よく売れる書籍ですから、ある程度の冊数は持っていたいのが定番書です。定番書の平積みはしっかりキープしましょう。

昨今ではインターネットの口コミや雑誌の書評、企業内での推薦で評判が立ち、お客様が本を探しに来るという現象もあります。特に専門性の強いジャンルの書籍でそのようなことがよく起こります。巷の情報を上手にキャッチし、こうした書籍の売り時を逃さず平積みで売りまくりましょう。

平台は売り場の顔とも言えます。いつも同じ顔の売り場ではお客様に飽きられてしまいます。一定のサイクルで平台の商品を入れ替えたり、工夫した品揃えでお客様に来店していただく機会を増やしましょう。

なお、平積みの１冊置きは極力控えましょう。購買者の心理として、最後の１冊は売れ残りを買わされるようでなんとなく買いづらいものです。

Q40 入門書は平台で売った方がいい？

お客様の目線に立つ

入門書を求めて来店されるお客様の目線で考えてみましょう。まずお客様にとって、コンピュータは難しそうな世界に思えていることでしょう。そんなお客様にとって、難しそうな技術者向けの書籍ばかりがずらりと平積みされている状況は、威圧感を感じさせ、尻込みさせてしまうのではないでしょうか。また、お客様はコンピュータ書を探すことに慣れていませんので、入門書を目につきやすい平積みにするのです。

安心のロングセラーは平台で

どんなジャンルの入門書の中にもロングセラーと言われている書籍があります。ロングセラー商品は、コンスタントに売れるだけでなく、お客様に安心して買っていただくことができる商品でもあります。積極的に平台に置くようにしましょう。

入門書のお客様はコンピュータの知識はもちろん、どの書籍がよいか選ぶ知識もまだお持ちではありません。書店としてお勧めする入門書をはっきりと示す意味でも、平台を使って展開することが大切です。

平台＋棚に1冊を忘れずに

入門書は数多く出版されています。多くの書籍が並んでいるとお客様はどれにすればよいのか迷ってしまいますので、同じテーマの入門書ばかり平台に並べることは控えましょう。2～3点に絞り込み、あとは親和性のある関連書を置くことでメリハリをつけつつ、複数購入していただくようにしましょう。どの入門書を並べるかはご担当の方の手腕にお任せします。売れ筋ばかりでなく、売りたい入門書を優先して置くのもオリジリティが出てよいと思います。

また、入門書は平積みしていればよいかというとそうではありません。棚に並んでいる書籍の中から比較・検討されるケースもあります。平台に置く書籍も1冊は棚に置くことを原則にし、売り逃がしを防ぐようにしてください。

Q41 上手な平台の使い方は？

平台には自分が売りたい書籍を並べよう

平台に置かれる書籍は、そのお店の看板商品になります。他のお店とは違ったオリジナリティを出せる絶好の機会が平台にはあります。

まずは自分が売りたい書籍を前に出すという意識を忘れないでください。棚担当者としてお客様に手に取っていただきたい、買っていただきたいと思う書籍を平台で展開しましょう。そういう気持ちが棚に表われ、生き生きとした棚に見えてくるものです。

平台はたくさん売りたい書籍を並べるスペースですから、もちろん売上数字にもとづいた平台作りは効果的です。ずばり売れている書籍を前に出すのです。過去にどれだけ売れたのか。新刊であれば初速をチェックしてください。また、チェーン店であれば他店の動きをチェックし、自店でも売り伸ばせそうなものは積極的に仕掛けましょう。ただし、いくら売れているからといって何の脈絡もなく置くのは、お客様を混乱させてしまいます。棚のジャンルに合わせて書籍を平台に出し、棚と平台の一体感を演出しましょう。

平台こそ POP をフル活用する

特に平台では、POP の活用が書籍の増売に大きな効果を発揮します。売り場に華を添えましょう。一番のお勧めは、担当の思いを伝える自作の手書き POP です。オリジナルの POP で書籍を演出しましょう。

また、出版社が制作した POP にも書籍の重要な情報が含まれていますので、活用をお勧めします。ただ、平台の商品すべてに POP を付けるのではなく、アクセントをつけるためにもこれこそはというものに絞りましょう。

なお、シリーズものを平台に並べる場合は注意が必要です。一見まとまっていて綺麗に見えますが、同じテーマの書籍を比較検討したいお客様にとっては不親切な並べ方といえます。売れ筋やお勧めを 2 ～ 3 種類程置いて、あとは関連する中級本や活用本など読者層の違うものを並べて併売を狙った方が得策といえます。

Q42 フェア企画はどう立てる？

フェアはお店の宣伝になる！

エンド台の使い方として有効なのが、「フェア」の展開です。フェアは「テーマ」に合わせて書籍を集め、実売向上を図ることを目的とします。

フェアと言うと、たくさん書籍を注文して大きなイベント行うことを想像しがちでしょうが、そんなことはありません。3アイテムでもフェアになります。テーマ性を持ってきちんと展開すれば、魅力的なフェアはできるものです。魅力的なフェアを展開していれば、お客様が来店する回数も増えるものです。柔軟な発想で、さまざまな仕掛けを試みましょう。

そして、看板を作ってフェアを目立たせたり、Web や SNS で告知を積極的に行ってフェアを PR しましょう。

コンピュータ書も、季節によって売れ筋商品が変わります。フェアの年間計画を立てましょう。春夏秋冬の4シーズンで切り変えていくのが一般的です。季節によってフェアを入れ替え、売り場の新陳代謝を図りましょう。

出版社1社のフェアを効果的に行う方法

出版社を限定したフェアを行う場合、出版社の営業担当と相談しながら決めるとより効果的なフェアが実現可能です。出版社の営業担当は、自社書籍の特性をよく知っているのはもちろんのこと、売れるタイミングや立地なども掴んでいます。フェアで今まで知らなかった書籍を置いてみたらよく売れたという例も少なくありません。

テーマ別のフェアでオリジナリティを発揮

出版社を限定せず、テーマに合わせて、さまざまな出版社の書籍を選書するフェアもあります。これこそ書店担当者のやり甲斐でしょう。自分が「やってみたい！」と思うテーマに沿って上手に選書をしましょう。フェアの例については次ページから例を示しますが、近隣の企業・学校や立地、季節を考えながらオリジナルのフェアを開催してお客様をどんどんお店に招きましょう。

Q43 春に売れるフェアのジャンルは？

新入学、新入社員に向けた入門書のフェアを開催しよう。

3～5月を春シーズンとします。この時期のコンピュータ書は入門書の販売がピークを迎えます。新年度に入り、新入学生や新入社員がこれから勉強するために入門書を買いに来るためです。

「入門～」などのタイトルのついた書籍をいつもより積極的に展開してみましょう。

またジャンルごとに需要の大きいキーワードに注目し、それらの入門書を集めてフェアで展開するのも効果的です。

棚分類コード表の大分類で、春先に需要が大きいキーワードを取り出してみます。

アプリケーション	Excel、Word、Access など
プログラミング・開発	C 言語、Java、VisualBasic など
クリエイティブ	Photoshop、Illustrator、CAD など
Web 作成	HTML、Dreamweaver、Web デザインなど
ネットワーク構築	TCP/IP、IPv6、LAN など

これらは一例ですが、ぜひとも覚えておいてください。こういったフェアを展開してみると効率のよい販売ができるかと思います。

さらに、春先にはこれらに自己啓発向けの読み物や実践書をからめて展開すると、併せて購入していただける可能性が高まり、相乗効果があります。

春の情報処理試験を意識する

4月の情報処理試験は、春の資格試験の中でも目玉の1つです。特に3月から試験直前にかけて、売上がピークになります。ぜひともラインナップを充実させて売り伸ばしを図りましょう。情報処理試験も多岐にわたり、春に実施される試験と随時実施されている試験などがいろいろとありますので、試験日をよく確認して展開をしましょう。

Q44 夏に売れるフェアのジャンルは？

夏休み、お盆休みに向けたフェアを展開しよう

6～8月の夏シーズンは、夏休みやお盆休みを使って、じっくりとコンピュータに取り組みたいというニーズが高まる季節です。

中・高生の自由研究を意識したフェアの展開も面白いでしょう。たとえばパソコンの自作や電子工作、ロボット工作関連のフェアなどです。ものづくりのイベントが各地で行われたりしますので、電子制御やエレクトロニクスのジャンルは店頭でも盛り上がるでしょう。

また、社会人でも夏休みを使って、Web やブログを開設する人も多いので、Web 作成や Web デザイン、ブログ関連書籍を集めてフェアを仕掛けてみるのも効果的です。

夏のボーナス商戦に備えよう

夏と言えば、ボーナスの時期。パソコンやスマートフォン、デジタルカメラなどがよく売れる時期です。

そのためパソコン入門書、スマホ解説書、周辺機器関連書籍などの動きも比例して良くなりますので、店頭在庫を強化するのは必須です。家電店の売れ筋をチェックし、それに関連した書籍を揃え、フェアの形で大きく展開するのもよいでしょう。

秋の情報処理試験に向けて準備をしよう

じっくりと勉強できるこの時期に、コンピュータ関連の資格試験の勉強を始める人たちもたくさんいます。7月は情報処理試験の願書受け付けが始まるタイミングでもあります。対策問題集の売上も徐々に上がっていきますので、売り損じのないよう準備をしておきましょう。

夏のフェアという形で、資格試験の説明やスケジュールまで示せば、それがきっかけとなり、勉強を始めるお客様も出てくることでしょう。ニーズを作り出しましょう。

Q45 秋に売れるフェアのジャンルは？

読書の秋は読み物の充実を

読書の秋です。この時期（9～11月）は、4月の新学期から約半年近くが経ち、仕事をワンランクスキルアップしたいと思い始める時期でもあります。

そのためプログラマーやシステムエンジニア向けの自己啓発を兼ねた読み物を充実させるのがよいかと思われます。普段は棚差しが多いこれらのテーマの書籍ですが、良書も多いことから、フェアとして目立たせることで、思わぬ売れ行きを示すこともあります。

プロジェクトマネージャー向けの書籍やシステム開発系の読み物は、ビジネス書と一緒に購入されていくお客様もいますので、そちらのコーナーでも仕掛けをしてみるといったことも効果的です。

行楽シーズンに合わせた商品強化を

秋の行楽シーズンにあたりますので、デジタルカメラや周辺機器の解説本や活用本の動きが目立つ季節です。新機種発売の傾向も目立ちます。思い切ったフェア展開が効果を発揮します。

季節柄、地図やガイドの棚でフェアを行うのであれば、その中にデジカメなどの書籍を一緒に置くと、併せ買いをしていただける可能性が高くなります。他の棚と連携して、どんどん前に出していきましょう！

秋の情報処理試験に備える！

10月の情報処理試験は、秋の資格試験の中でも目玉の1つです。特に9月から試験直前にかけて、売上がピークになります。ぜひともラインナップを充実させて売り伸ばしを図りたいところです。

情報処理試験も多岐にわたり、秋に実施される試験と随時実施されている試験などもありますので、試験日をよく確認して展開をしましょう。

Q46 冬に売れるフェアのジャンルは？

年賀状素材集を充実させる

11 ～ 12 月は年賀状素材集が非常によく動きます。年賀状素材集は、季節商品としてこの時期強い戦力になります。もし年賀状素材集のフェアをコンピュータ棚で展開するなら、通常展開しているコンピュータ書のフェア以上のスケールで展開する必要があります。

普段コンピュータ書の売上が弱いお店でも、年賀状素材集はそれに関係なく売れます。手帳やカレンダーに負けないよう、売り場での積極的な展開を心掛けてください。

冬のボーナス商戦と売れ筋の販売に備える

冬のボーナス期（11 ～ 12 月）も夏と同様、パソコンやスマートフォン、周辺機器がよく売れる時期です。入門書やスマホ関連、周辺機器の操作解説書を強化しましょう。

また、年末年始は家で過ごすことも多く、しっかりとした技術書を読もうという技術者の方々もいます。こうしたお客様は休みに入る前に書籍を探しに来店されます。良書を揃えたフェアを展開し、高価格でボリュームのある専門書を販売するチャンスです。

年末年始は出版社も取次会社も休みになりますので、休みに入る前に在庫状況や売れ行きをよくチェックし、売り逃がしのないよう品揃えしておきましょう。書籍、雑誌共に増売のチャンスです。

春の情報処理試験に向けて

年末から１月には、春の情報処理試験願書の配布に伴い、受験対策問題集の売上も徐々に上がってきます。ぬかりのないよう準備を始めましょう。特に新年は新しいことへのチャレンジをスタートするタイミングです。資格書を大きく展開することで増売のきっかけを作れます。

Q47 資格試験にはどんな種類がある？

情報処理推進機構の「情報処理技術者試験」

情報処理推進機構（IPO）が行っている「情報処理技術者試験」は春期（4月）・秋期（10月）の年2回開催です。専門系の資格（高度試験）は年1回開催です。受験者数は平成22年度を境に減少傾向にあります。20～40代が受験者の中心です。

ソフトウェア会社が行う「ベンダー試験」

「ベンダー試験」は各ソフトウェア会社が個別に主催しており、一般ユーザー向け試験とエンジニア向け試験があります。

主な一般ユーザー向け試験としては、マイクロソフト社が主催している「MOS（Microsoft Office Specialist）」があります。Office製品の利用スキルを認定する試験で、随時試験と全国一斉試験の2方式で行われています。

代表的なエンジニア向け試験である「MCP（Microsoft Certified Program）」もマイクロソフト社の試験で、同社のOS、サーバ製品などに関する知識や技術力を認定する資格です。「Oracle Master」も、オラクル社による同社のデータベース製品を中心とする技術力を認定する資格試験です。

近年人気が高いものに、「Linux技術者認定資格（LPIC）」のような資格や、プロジェクトマネジメントに関する専門スキルを認定する「PMP（Project Management Professional）」の国際認定資格などがあります。

その他の試験

「日商PC検定」のようにそれぞれの団体が行っている資格試験があり、随時・毎週・毎月など受験頻度も異なります。

Q48 情報処理試験書籍の売れるタイミングとポイントは？

試験時期と試験方法をつかもう

「情報処理技術者試験」の中でレベル２「基本情報技術者」、レベル３「応用情報技術者」、レベル４「情報セキュリティスペシャリスト」は年２回開催されています。

また、レベル１の「IT パスポート試験」は、年２回の開催に加えてコンピュータを用いた CBT（Computer Based Testing）方式で実施されており、これにより受験希望者は全国 100 カ所以上の会場でほぼ毎日受験が可能となり、試験対策書の販売増が確実です。

なお、レベル４専門者向け試験の「データベーススペシャリスト」「プロジェクトマネージャ」「システム監査技術者」「エンベデッドシステムスペシャリスト」は春期のみ。「ネットワークスペシャリスト」「システムアーキテクト」「IT サービスマネージャ」「IT ストラテジスト」は秋期のみの開催なので注意が必要です。

※ P.63 表１：情報処理試験の体系図参照

売れるタイミングとポイント

「情報処理試験」は試験日の約３カ月前から願書の受付を開始します。４月試験ならば１月、10 月試験なら７月が最も販売増を狙えるタイミングです。

次のように平台の展開を工夫するとより試験勉強に取り組んでいるユーザーの需要により応えることが可能になります。

・試験３カ月前　教科書中心の展開
・試験２カ月前　教科書 + 問題集の展開
・試験１カ月前　問題集 +Tips 集中心の展開

また、教育機関、IT 系企業が近隣にある書店は大きく情報処理試験書籍の販売増を狙えるチャンスです。

Q49 ベンダー資格書の売れるタイミングとポイントは？

棚に揃えるべき必須アイテム

最近は多くの試験でコンピュータを用いたCBT（Computer Based Testing）方式が採用されています。随時受験が可能なので、情報処理試験のように販売時期が決まっておらず、ソフトウェアの更新がない限りは長期的に販売することが可能です。需要に応じて適切なベンダー試験対策書を棚に揃えましょう。絶対に棚に揃えておくべきものは下記の通りです。

・MOS（Microsoft Office Specialist）
・.com　Master（インターネット検定／ドットコムマスター）

どちらの試験も一般ユーザー向けのため、多くの需要が予想されます。

エンジニア向けの資格書を揃える

店舗の立地や需要に応じて資格書の売れ方は違います。日頃から自店の資格書の売上を確認し、適切な品揃えを図りましょう。

同じベンダー試験でも難易度でランク分けがなされています。まずはエントリー系資格を棚に揃えることが重要です。

※ P.63 表 2：代表的なベンダー資格と試験難易度一覧参照

旧版、試験終了書籍は売れないので整理しよう

ソフトウェアのアップデートによりそれに紐づく試験の環境も日々変わっていきます。そのため棚に「同じタイトルでも実は環境変化により試験が終了したもの」があることがあります。こうした書籍は早めに整理しましょう。

情報処理試験と違い、ベンダー試験は各ソフト会社によって終了時期が異なりますので、発行元の出版社に確認し、最新の情報を入手しましょう。

Q50 資格書の売り方とポイントは？

資格書は独立させて棚を作る

「目的買い」をされるお客様が多い資格書は、たとえば MOS 試験対策書を Excel や Word などのコンピュータ書ジャンルの棚に陳列してしまうと目的の書籍を探すのが面倒になりますので、独立させて棚を作りましょう。

ベンダー試験はレベル設定と技術のトレンドを知ろう

ベンダー試験はスキルに応じてレベルを設定して行われることが多く、下位試験から上位試験へと順に受験します。レベルが高くなるにつれて該当書籍の購買数も目減りします（逆に、書籍の価格は上がっていきます）。受験者数＝購買数と言えますが、ピラミッドの形を想像してください。

ベンダー試験は各ベンダーの製品に対応しているため、製品のモデルチェンジ、バージョンアップなどで頻繁に試験名や出題範囲が変更されます。また、新しい技術に対応したベンダー資格は、その人気が製品や技術のトレンドと関係していますので、一般のコンピュータ書の販売動向なども参考になります。

主なコンピュータ関連試験実施要領と本の売れ行き（⏲：売れ行きのピーク）

	情報処理技術者試験	MOS (2013.2010.2007)	インターネット検定 (.com Master)	Cisco 技術者認定試験	Oracle Master	Oracle Javaプログラマ	LPIC
種別	ITパスポート・基本情報・応用情報など12種	Excel・Word・Access・PowerPointなど	BASIC・ADVANCEシングルスター、ADVANCEダブルスター	CCENT/CCNA・CCNPなど	Bronze・Silver・Goldなど	Bronze・Silver・Gold	レベル1、レベル2、レベル3
試験時期	4月・10月	随時試験	随時試験	随時試験	随時試験	随時試験	随時試験
4月	試験（第3日曜日）	⏲	⏲				
5月		⏲	⏲	⏲	⏲	⏲	⏲
6月				⏲	⏲	⏲	⏲
7月	⏲						
8月	⏲						
9月	⏲						
10月	試験（第3日曜日）	⏲	⏲				
11月		⏲	⏲	⏲	⏲	⏲	⏲
12月							
1月	⏲						
2月	⏲						
3月		⏲	⏲	⏲	⏲	⏲	⏲

Q51 資格試験の年間スケジュールを知りたい！

資格試験の年間スケジュール

情報処理試験のスケジュールは、大きく分けると下記の通りです。(2014 年実績)

	春期試験 (4月第3日曜日実施)	秋期試験 (10月第3日曜日実施)
ITパスポート試験	随時実施(東京は、全平日)	
基本情報技術者試験	○	○
応用情報技術者試験	○	○
情報セキュリティスペシャリスト試験	○	○
プロジェクトマネージャ試験	○	
データベーススペシャリスト試験	○	
エンベデッドシステムスペシャリスト試験	○	
システム監査技術者試験	○	
ITストラテジスト試験		○
システムアーキテクト試験		○
ネットワークスペシャリスト試験		○
ITサービスマネージャ試験		○

ベンダー試験のスケジュール

ベンダー資格試験は、CBT 試験の配信会社に委託されており、ピアソン VUE、プロメトリックなどのサイトで試験を申し込み、試験会場・試験日を確定する形が一般的です。また、一部の資格にはインターネット経由でのオンライン試験があり、この場合は毎日受験ができます。

■日本マイクロソフト株式会社
MCP（マイクロソフト認定プログラム） → CBT 試験を随時実施
MOS（Microsoft Office Specialist） →全国一斉試験を月 1 回 /CBT 試験を随時実施
■日本オラクル株式会社
Oracle Master・Java プログラマ→ CBT 試験を随時実施（Bronze は資格はオンライン試験も実施）
■ LPI-Japan
LPIC・OSS-DB・HTML5 → CBT 試験を随時実施
■シスコシステムズ合同会社
シスコ技術者認定試験（CCNA・CCNP 他）→ CBT 試験を随時実施
■ NTT コミュニケーションズ株式会社
.com Master → CBT 試験を随時実施（BASIC はオンライン試験実施）
■ IT サービスマネージメントフォーラムジャパン
ITIL → CBT 試験を随時実施

Q52 年賀状素材集の市況・売れ方は？

手帳やカレンダーに匹敵する売上規模

年賀状素材集は、毎年 10 ～ 15 社程度の出版社から 70 アイテム前後が発売され、平成 25 年では、推定売上規模で 400 万部を超える部数が売り上げられています。手帳やカレンダーなどに匹敵する売上規模を持つ商材です。コンピュータ書の中では群を抜く季節商品です。

年賀状素材集の購買層は女性客、特に主婦層が多く、ショッピングモール内の店舗などでは顕著な売上が期待できます。また、一般のコンピュータ書と異なり、地方・郊外の店舗でもよく売れる商材です。

ですから、年賀状素材集をコンピュータ書棚で小さく展開するのは間違っています。用途も売れ方も極めて実用書に近いと考えたほうがよいでしょう。

近年の売れ方の傾向

ひと口に年賀状素材集と言っていますが、その中にいろいろなテーマやジャンルがあり、売れ方や客層も異なります。

家族みんなで使える「総合的な素材集」は毎年、堅調に売れます。女性のお客様が多い店舗では、「デザインにこだわったオシャレな素材集」の売れ行きが定着しています。デジタルカメラの普及で「デジカメで撮った写真を使うフレーム素材集」も人気です。より手軽に利用でき、価格も安い「廉価な素材集」もよく売れます。ご高齢のお客様には「和風や墨文字の素材集」が支持されています。若いお客様が多ければ「キャラクター系の素材集」もよく売れます。

月ごとの売れ行き

10 月から 12 月までの 3 カ月の年賀状市場全体を 100% とすると売れる時期のおおよその比率は、10 月：10%、11 月：30%、12 月：60% で、そのピークは駆け込み需要の山場となる 12 月 3 週～ 4 週あたりです。

Q53 年賀状素材集はどう展開すればいいのか？

店舗内の目立つ場所での展開を心がけよう

年賀状素材集は展開する場所で売上が大きく違ってきます。展開方法、展開場所によっては売上を大きく伸ばせます。

その特徴は、普段、コンピュータ書棚に足を運ばないお客様が買われることです。コンピュータ書棚の一角で販売するのではなく、大型の季節商材として扱い、店舗内の一番目立つ場所を十分に確保して展開すべきです。それだけの売上が上がる商材です。

ジャンル分けして、比較、検討しやすく並べよう

年賀状素材集はテーマ、ジャンルでゾーニングし、前年実績などを参考に展開するのが基本です。ジャンルは大別すると、①ファミリー向け総合版（900～1,500円）、②こだわり（和・オシャレ）、③デジカメ、④宛名ソフト、⑤低価格、⑥キャラクター・その他の６種類となります。

展開する島台やエンド台を大きく６分割し、売上実績の上位商品を厚めの平積み、前面配置とすれば、お客様も比較・検討しやすく、購入が促進されます。

参考展開例：年賀状素材集配置の基本

④宛名ソフト	**⑤低価格**	**⑥キャラクター・その他**
①ファミリー向け高価格帯	**②こだわり（和・オシャレ）**	**③デジカメ**

平台前方

Q54 年賀状素材集は点数が多くて置ききれないが・・・

前年実績に基づいた陳列と時期ごとにジャンルの強弱をつける

年賀状素材集は 70 アイテム前後の刊行があり、大きな平台がない店舗では全アイテムを展開しきれないかもしれません。お店に合ったジャンルを中心に展開することや、前年実績に応じて売り場を構成しましょう。

年賀状素材集の場合、前年実績の高かった商品を中心に並べることが大切なのは、毎年同じ商品を購入されるお客様、リピーターが多いからです。

前年の売れ行き順位を POP で提示することも効果的です。

ジャンル別に売れ行きのピークも微妙に異なります。強弱を付けながらピークに応じて並べ替えましょう。下記の例は、10 ～ 11 月は高額商品をしっかりと販売し、12 月に入った段階で駆け込みのお客様に対応した配置に並べ変えています。

参考展開例：10 ～ 11 月期の展開状況

④宛名ソフト	⑤低価格	⑥キャラクター・その他
①ファミリー向け高価格帯	②こだわり（和・オシャレ）	③デジカメ

平台前方

↓

参考展開例：12 月期の展開状況

②こだわり（和・オシャレ）	③デジカメ	⑥キャラクター・その他
①ファミリー向け高価格帯	⑤低価格	④宛名ソフト

平台前方

Q55 年賀状素材集の売上はどう伸ばすか？

売上金額を意識した展開を

年賀状素材集の市場は、売上部数において拡大を続けていますが、売上金額においては伸び悩みの状況にあります。理由は低価格化です。発行点数が多く競争の激しい市場だけに、価格競争となる傾向があります。

年賀状に限った話ではありませんが、重要なのは売上冊数よりも売上金額です。冊数的によく売れるからといって、低価格商品ばかりをお客様の手に取りやすい場所に並べてしまうと、売上金額は頭打ちになってしまいます。

年賀状素材集を 10 ～ 11 月の早い時期に購入される方は、年賀状に対して熱心で高額商品を購入されることが多いため、この時期は高額商品を中心に販売し、できるだけ売上金額を上げることが大切です。

金額の高い商品こそ平台の前方へ

こうした売上対策として、10 ～ 11 月の早い時期には、低価格商品を一切店頭に出さない店舗も見受けます。

しかしながら、低価格商品がまったく売り場にないのは低価格商品を買いに来たお客様の売り逃しにつながってしまいます。お客様の足は他店に向いてしまい、これでは売上がまったく立ちません。露出、配置で強弱をつけながら、やはり全カテゴリー、多くのアイテムを展開したほうがいいでしょう。

大きな平台に多くの商品が並ぶ年賀状素材集では、お客様の手が届きやすい手前の位置に置く商品がよく売れます。販売金額が高い高額商品を平台の前方へ並べることで売上金額を上げるといった工夫をしましょう。

また、たくさん販売したい年賀状素材集に「お試しハガキ」などのオマケをつけて増売を図っている店舗もあります。年賀状素材集は、並べ方を工夫していくことで売上金額を伸ばすことが可能です。

Q56 CPU ってどういう活動をしているの？

CPU とは？

CPU ＝コンピュータ出版販売研究機構は、1999 年 6 月に設立し、インプレス、SB クリエイティブ、技術評論社、翔泳社、ビー・エヌ・エヌ新社、マイナビが加盟しており、コンピュータ書販売のインフラ作りと増売をめざして活動しています。「コンピュータ出版販売研究会」から一部の事業を引き継いでいます。

コンピュータの利用が広まる中で、コンピュータ書に対するニーズも変化していることから、CPU も新たなテーマに取り組んでいます。

CPU の具体的な活動内容とは？

CPU の代表的な取り組みとしては、まず「コンピュータ書籍 棚分類コード」の策定（改訂）が挙げられます。スリップのボウズの部分に記してある「A1-01」などです。この分類コードは CPU 加盟社以外の出版社にも採用されており、業界の標準的な分類基準になっています。動きの激しいコンピュータ業界の進展に合わせ、2 ～ 3 年に 1 度のペースで改訂をしています。

皆さんが今ご覧になられている「コンピュータ書籍 増売マニュアル」も CPU が作成し、配布しています。こちらも 2 ～ 3 年ごとに改訂や作り直しをしています。

CPU では、棚分類コードの改訂や増売マニュアルを改訂・作成した際、書店様向けに説明会を開き、趣旨を理解していただき有効活用していただけるよう働きかけています。

他にも、コンピュータ書の販売にご尽力いただいた書店様などを対象とした「CPU 大賞」の発表、CPU 加盟社の定番コンピュータ書を売り場のスケールに合わせて選書した「コンピュータ書基本セット」、同様に売れ筋コンピュータ書を集めた「CPU 合同フェア」の提案やコンピュータ書ご担当者への情報提供として「書店別売上ランキング」の発表、書店担当者との勉強会などを実施しています。

Q57 増売マニュアル、棚分類コード表の入手方法は？

各社の営業担当にご用命ください！

増売マニュアル、棚分類コード表については、改訂時に説明会を開催したり取次会社様を通じて配布するなど、さまざまな方法で広く頒布させていただいています。

お手元に届いていない場合や多部数が必要な場合などは、CPU 加盟各社（インプレス、SB クリエイティブ、技術評論社、翔泳社、ビー・エヌ・エヌ新社、マイナビ）の貴店営業担当にご相談ください。迅速に対応させていただきます。

また、CPU の事務局（マイナビ）でも承っておりますので、お気軽にご連絡くださいませ。

CPU の Web サイトが便利です！

増売マニュアル、棚分類コード表につきましては、CPU の Web サイトからもダウンロードができます。

これら以外にも、コンピュータ書基本セットの注文書や 1 年間の書店別売上ランキングなどもダウンロードすることができます。

コンピュータ書の品揃え、棚作りに役立つと好評なのが一部の書店様にご提供いただいている月間のコンピュータ書売上ランキングです。

さらに、加盟各社の最新刊の情報も掲載しております。

ぜひ CPU の Web サイトをご活用ください。

詳しくは下記 URL にアクセスを！

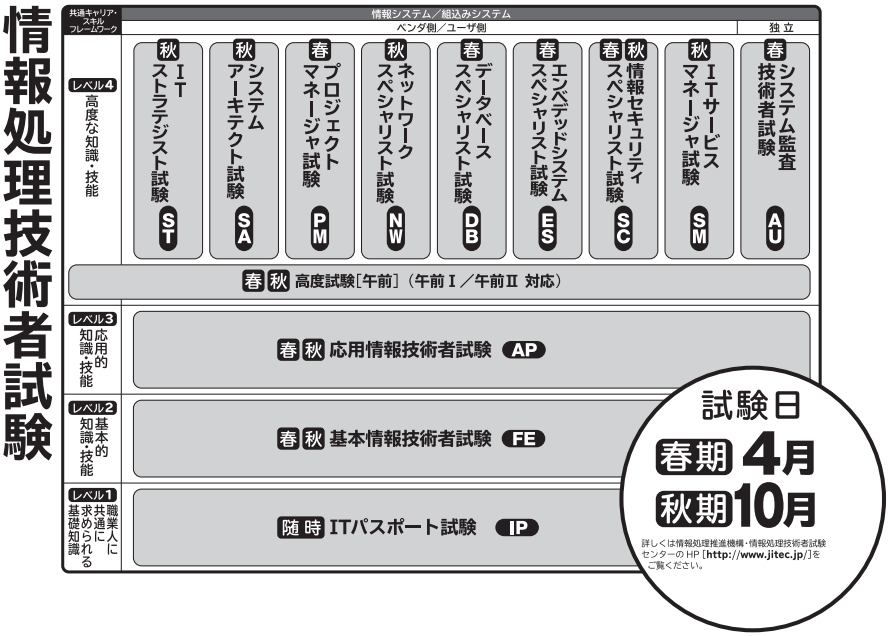
http://www.computerbook.jp/

◉主要ソフトのバージョン推移

2014.10 月現在

OS										
Windows	XP	XP SP2	Vista	Vista SP1	7	7 SP1	8	8.1	10	
Windows Server	3.1	NT	2000	2003	2008	2008R2	2012	2012R2	※10は2015年リリース予定	
Mac OS	X 10.1	X 10.2	X 10.3	X 10.4	X 10.5	X 10.6	X 10.7	X 10.8	X 10.9	X 10.10
iOS	4	5	6	7	8					
Android	3	4	5							
アプリケーション										
Word	2000	2002	2003	2007	2010	2013				
Excel	2000	2002	2003	2007	2010	2013				
Access	2000	2002	2003	2007	2010	2013				
PowerPoint	2000	2002	2003	2007	2010	2013				
OutLook	2000	2002	2003	2007	2010	2013				
一太郎	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
PhotoShop	CS	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CC			
Elements	6.0	7.0	8.0	9.0	10.0	11.0	12.0			
Illustrator	CS	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CC			
QuarkXPress	3.1	3.3	4.0	6.0	8.0	9.0	10.0			
Auto CAD	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
FileMaker Pro	6	7	8	9	10	11	12	13		
InDesign	CS	CS2	CS3	CS4	CS5	CS5.5	CS6	CC		
LightWave 3D	8	9	10	11	11.6					
Maya	2010	2011	2012	2013	2014	2015				
Shade	10	11	12	13	14	15				
HP Webデザイン										
Flash	MX	MX2004	8	CS3	CS4	CS5	CS5.5	CS6	CC	
Dreamweaver	MX	MX2004	8	CS3	CS4	CS5	CS5.5	CS6	CC	
Fireworks	MX	MX2004	8	CS3	CS4	CS5	CS6	CC		
HomePage Builder	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Acrobat	4.0	5.0	6.0	7.0	8.0	9.0	X(10)	X1(11)		
言語										
Eclipse	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	4.2	4.3	4.4	
Java	SE6	SE7	SE8							
Visual BASIC	4.0	5.0	6.0	.NET	2005	2008	2010	2013		
PHP	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5	5.6				
Postgre SQL	8.0	8.2	8.3	8.4	9.0	9.1	9.2	9.3		
Oracle	9i	10g	11g	12c						

◉表１：情報処理試験の体系図



◉表２：代表的なベンダー資格と試験難易度一覧

試験名提	提供ベンダー	入門	中級	上級	最上級
MCP（マイクロソフト認定技術者試験）	日本マイクロソフト株式会社	MTA	MCSA（Windows Server/Windows8など）	MCSE/MCSD	
Oracle Master（12c、11g）	日本オラクル株式会社	Bronze	Silver	Gold	Platinum
Javaプログラマ（SE7）	日本オラクル株式会社	Bronze	Silver	Gold	
LPIC（Linux技術者認定試験）	LPI-Japan	レベル1（101/102）	レベル2（201/202）	レベル3（300~304）	
シスコ技術者認定	シスコシステムズ合同会社	CCENT	CCNA	CCNP	CCDE/CCIE/CCAr
.com Master（インターネット検定）	NTTコミュニケーションズ株式会社	BASIC	ADVANCE（シングルスター）	ADVANCE（ダブルスター）	
MOS（2013/2010/2007）	日本マイクロソフト株式会社	スペシャリストレベル（Excel/Word/Power Point/Access/Outlook）※	エキスパートレベル（Excel/Word）※		
P検	CTプロフィシエンシー協会	3級	準2級	2級	1級

※注１　Microsoft の試験は多数科目があるため試験総称での表記
※注２　MOS で上級試験（Expert）があるのは Excel、Word のみ

コンピュータ書籍　棚分類コード表（2015 年 2 月改訂版）

大コード	大分類	小コード	小分類	代表的なキーワード例
A1	Mac	A1-01	Mac OS	OS X、iCloud、iMac、MacBook、Mac OS、Mac OS X、Mountain Lion、Mavericks、Yosemite
		A1-02	アプリケーション	FileMaker、iTunes、Office for Mac、iMovie、iPhoto、Keynote、Pages、Numbers、GarageBand、Safari
		A1-99	その他	
A2	ハードウェア・自作	A2-01	パソコン自作	CPU、自作、ハードディスク、RAID、SSD、USB、BIOS、デバイスドライバ、x86
		A2-02	周辺機器（仕組み、規格）	CD-R/RW、DVD、DVD-R、IEEE 1394
		A2-11	電子工作	Arduino、Gainer、フィジカルコンピューティング、電子工作、H8、マイコン製作、PIC、Raspberry Pi
		A2-99	その他	Stick PC
B1	UNIX	B1-01	Linux	Linux、Fedora、Ubuntu、Debien、GNU/Linux、CentOS、KNOPPIX、SUSE Linux、Red Hat Enterprise Linux
		B1-02	BSD	FreeBSD
		B1-03	UNIX	UNIX、GNU、GTK+、GDK、GLib、Webmin、SSH/Secure Shell、Qt、Zsh、Emacs、Vim、Cygwin、X Window System、Bash、Shell Scripting
		B1-99	その他のOS（UNIX 以外）	TRON
B2	プログラミング・開発	B2-01	C	C
			C++、Visual C 他	C++、Visual C++、Visual C++.NET、C#、Visual C#、C#.NET、.NET Framework
		B2-02	VisualBasic	Visual Basic、VB.NET
			Windows プログラミング他	WCF、WPF、WF、WSH、XAML、Win32 API
		B2-06	Java	Java、JavaEE、Tomcat、JUnit、JSP、Spring、Struts、Seasar、Scala、JavaFX、Java サーブレット、JDBC、EJB、Eclipse、DI コンテナ、Hibernate、JSF、NetBeans、JRuby、Jython、Maven、Groovy、Grails、GlassFish、JBoss
		B2-07	XML	XML、XSL、DOM
		B2-10	TeX	TeX、LaTeX、pLaTeX
		B2-11	開発技法	UML、オブジェクト指向、アルゴリズム、構造化プログラミング、アジャイルプログラミング、正規表現、XP（Extreme Programming）、アスペクト指向、NetBeans、情報アーキテクチャ、フレームワーク、リファクタリング、オープンソース、ソフトウェアテスト、SaaS、GDB、CVS、GitHub、関数プログラミング、Subversion、Git、Scrum、Eclipse、Jenkins
		B2-12	SE 読み物	業務知識、会計知識、スキルアップ、仕事術、工程管理、見積もり、プロジェクトマネジメント
		B2-13	モバイルプログラミング	Android 、Android SDK、jQuery Mobile、Cordova、Titanium Mobile、PhoneGap、Windows Embedded、Windows Phone SDK、NFC
		B2-14	ゲーム開発	ゲームプログラミング、OpenGL、Unity、DirectX、cocos2d-x、HSP、Kinect、GameSalad、Spritekit、enchant.js、Unreal Engine
		B2-21	Mac、iOS プログラミング	iOS、iPhone SDK、Swift、Cocoa、Xcode、Objective-C
		B2-99	その他	アセンブラ、Haskell、COBOL、LISP、Deiphi、コンパイラ、FORTRAN、Google Go、MIDP、文字コード、ML、Gauche、Erlang、ARToolKit、Open CV、人工知能、VR、ロボットプログラミング、WebGL
B3	パソコンソフト	B3-01	ワープロソフト	Word、WordVBA、一太郎
		B3-02	データベース	Access、AccessVBA、FileMaker
		B3-03	表計算	Excel、ExcelVBA、Excel 関数、Excel マクロ
		B3-05	プレゼンテーション	プレゼンテーション、PowerPoint
		B3-06	統合型ソフト、オフィス	Microsoft Office、Office 365、Outlook、LibreOffice、OneNote、Google ドキュメント、Visio、OpenOffice.org
		B3-07	セキュリティソフト	ノートンアンチウイルス、ノートンインターネットセキュリティ、ウイルスバスター、カスペルスキー
		B3-08	日本語入力システム	IME、ATOK
		B3-13	はがきソフト	筆まめ、筆王、筆ぐるめ、宛名職人、楽々はがき、素材集
		B3-14	統計・データ分析	R、SPSS、Mathematica、MATLAB、SAS
		B3-99	その他	勘定奉行、PDF、Acrobat、Money、弥生、エディタ、xyzzy、秀丸、ERP
B4	クリエイティブ	B4-01	Photoshop	Photoshop、Photoshop Elements、Photoshop Lightroom
			Illustrator	Illustrator
			ペイント、ドロー	GIF アニメ、GIMP、SAI、CLIP STUDIO、デジタルイラスト、COMICWORKS、ComicStudio
		B4-02	3D	メタセコイア、3D、Blender、3D Studio MAX（3ds max）、LightWave 3D、Shade、MAYA、Poser、Vue、CINEMA 4D、STRATA 3D、モデリング、3D プリンタ、Rhinoceros、MODO、Zbrush、プロジェクションマッピング
		B4-03	CAD	CAD、AutoCAD、AutoCAD LT、CAE、VectorWorks、3D Studio VIZ、Google SketchUp
		B4-04	DTP	DTP、Acrobat、PDF、PostScript、InDesign、OpenType
		B4-05	DTM	DTM、VST Plug-in、Vocaloid、SONAR、Logic、Pro Tools、MIDI、Cubase、Live、初音ミク、ABILITY、Studio One
		B4-06	DTV	Premiere、Premiere Elements、After Effects、Final Cut Pro、ビデオ編集、TMPGEnc、アニメーション、RETAS STUDIO、ムービー メーカー、VideoStudio、動画、Motion、Miku Miku Dance（MMD）、EDIUS
		B4-07	電子書籍制作	電子書籍、EPUB、自炊、PDF、AZW、Mobi、XMDF、.book（ドットブック）、iBooks Author
		B4-08	素材集（Web 以外）	素材集、フォント集
		B4-09	クリエイティブコーディング	Processing、openFrameworks、vvvv、AR（拡張現実）、Pure Data、プロジェクションマッピング、VR（仮想現実）、Max/MSP/Jitter、クリエイティブコーディング
		B4-99	その他	

大コード	大分類	小コード	小分類	代表的なキーワード例
B5	Web 作成	B5-01	ホームページ作成	HTML、XHTML、HTML5、スタイルシート、CSS、SaaS、Compass、マイクロフォーマット、ホームページ・ビルダー、Dreamweaver、Subline Text、Jimdo、ブログ
		B5-02	Web コンテンツ作成	Flash、Fireworks、Adobe Flex（ActionScript）、Adobe AIR、モバイルコンテンツ、ボッドキャスティング
		B5-03	Web 構築管理	Web 担当、Web ディレクター、Web プロデューサー、フロントエンドエンジニア、Web サービス、Web アプリケーション、API、Google Maps API、RSS、WordPress、Movable Type、Wiki、XOOPS、OpenPNE、CMS、Zope、concrete、RESTful、ユーザビリティ、アクセシビリティ、UX、IA
		B5-04	デザイン	Web デザイン、Web 配色、ロゴデザイン、フラットデザイン、レスポンシブ Web デザイン
		B5-06	Web 素材集	プログパーツ、バナー素材
		B5-99	その他	アフォーダンス
B6	Web プログラミング	B6-01	PHP	PHP、CakePHP、Zend Framework、PEAR、Smarty、Python、IronPython
		B6-02	JavaScript	JavaScript、Backbone.js、AngularJS、Node.js、D3.js、jQuery、jQuery Mobile、Ajax
		B6-03	Perl、Ruby	Perl、Ruby、Rails、Catalyst
		B6-99	その他	HTML5、Adobe AIR、Silverlight、Adobe Flex（ActionScript）、CGI、Drupal、ActionScript、Lightweight Language
C1	モバイル	C1-01	スマートフォン・タブレット	Galaxy、Xperia、Nexus、Surface、タブレット PC、Windows タブレット
		C1-02	iPhone、iPad、iOS	iPhone、iPad、iPod、iTunes、iOS、AppleWatch
		C1-04	電子書籍端末	Kindle、Kobo、BookLive!
		C1-99	その他	アクティビティトラッカー、SIM フリー、NFC、ウェアラブル
D1	パソコン一般	D1-01	パソコン入門書	パソコン入門、パソコンの基本
		D1-02	辞書、事典	辞典、事典、年鑑
		D1-03	教養、読み物	ユビキタス 個人情報保護（法）、情報（コンピュータ）リテラシー、内部統制、著作権、クリエイティブコモンズ、クラウド、JIS Q 15001
		D1-06	周辺機器（入門・基本操作）	デジタルビデオ、CD-R/RW、DVD、DVD-R、スキャナ、ハードディスク、プリンタ、USB メモリ、Blu-ray
		D1-11	デジカメ	デジタル一眼、ミラーレス一眼、撮影術、レタッチ・加工、RAW 現像、レンズ、デジカメ
		D1-99	その他	Chrome OS、Firefox OS、Media Player、Windows Media、RealMedia、GoogleTalk
D2	Windows	D2-01	Windows	Windows 8.1、Windows 8、Windows 7、Windows XP、Windows Vista、Windows 10、コマンドプロンプト、ネットワークコマンド
		D2-03	その他	PowerShell
D3	インターネット	D3-01	インターネット入門・活用	Google、Yahoo!、Internet Explorer、Firefox、Google Chrome 、YouTube、ニコニコ動画、Ustream、ストリーミング、ヤフオク、モバオク、Wi-Fi、WiMAX、LAN、無線 LAN、Wi-Fi Calling、家庭内 LAN、Wikipedia、圧縮・解凍、ダウンロード、ソーシャルブックマーク、Google Play、Skype、IP 電話、プロバイダ、SOHO
		D3-02	インターネットビジネス	ネットオークション、ネット株、ネットトレーディング、ドロップシッピング、ネットショップ、アフィリエイト、リスティング広告、アクセス解析、LPO
			Web マーケティング	e コマース、e ラーニング、Amazon、Google AdSense、アドワーズ、Web マーケティング、SEO、検索連動型広告、SEM、Line@、DMP、アドテクノロジー、Google Analytics、KPI/KGI、ネット広告、コンテンツマーケティング
		D3-03	電子メール	Email、Thunderbird、Gmail、WindowsLive メール
		D3-04	ソーシャルメディア	LinkedIn、Twitter、Facebook、Google+、LINE、Naver まとめ、カカオトーク、Instagram、Flickr、Tumblr、mixi
		D3-05	オンラインストレージ、クラウドサービス	Evernote、Dropbox、Google Apps、iCloud、OneDrive、Google Drive、GoodReader
		D3-99	その他	
E1	ネットワーク構築	E1-01	入門書	ネットワーク入門
		E1-02	LAN	LAN、無線 LAN、イントラネット、ルータ、VPN、Bluetooth、SDN、PLC、NetScreen、Cisco、Juniper、Bluetooth
		E1-04	プロトコル	プロトコル TCP/IP、IPv6、SOAP、LDAP、BGP、SIP、VoIP、HTTP、DHCP、QoS
		E1-05	セキュリティ	認証、暗号、内部統制、ウイルス、ファイアーウォール、ハッキング、UTM、SSL、セキュリティ、Kerberos、スパムメール、スパイウェア、IDS、IDS/IPS、サイバー攻撃
		E1-06	グループウェア	Lotus Notes、Notes Domino、サイボウズ、Google Apps、Office 365
		E1-11	サーバ	Hyper-V、Hadoop、Sendmail、Postfix、BIND、DNS、Apache、nginx、Samba、仮想化、VMware、Xen、Nagios、Zabbix、Hinemos、Windows NT Server、Windows 2000 Server、Windows Server 2003、Windows Server 2012、Windows Server 2008、BizTalk、WebObjects、JBoss、WebSphere、WebLogic ASTERIA、WebDAV 、Exchange Server、IIS、ASP.NET、KVM
		E1-12	クラウド	SaaS、PaaS、IaaS、Windows Azure、Amazon Web Services、Salesforce CRM、Force.com、Eucalyptus、OpenStack、Google Apps、CloudStack
		E1-99	その他	IDC、PAN WAN、NGN、SDN、OpenFlow、IoT
E2	データベース構築	E2-01	Oracle	Oracle、PL/SQL
		E2-02	データベース一般	SQL Server、PostgreSQL、MySQL、SQLite、NoSQL、KVS、MongoDB、SQL
		E2-99	その他	データウェアハウス、CRM、RDBMS、データマイニング、KVS、ビックデータ、データサイエンティスト
H1	資格試験	H1-01	IT パスポート	IT パスポート
			基本情報技術者試験	基本情報技術者
		H1-02	その他情報処理試験	応用情報技術者、情報セキュリティスペシャリスト、プロジェクトマネージャ、データベーススペシャリスト、エンベデッドシステムスペシャリスト、システム監査技術者、ネットワークスペシャリスト、IT ストラテジスト、IT サービスマネージャ、システムアーキテクト
		H1-03	ベンダー試験	MCP、MCSE、MOT、ORACLE MASTER、MTA、IBM 資格、.com Master、CCNA、CCNP、MOS
		H1-04	ワープロ検定	日商 PC 検定（文書作成）、日本語ワープロ検定試験
		H1-99	その他	表計算検定 CG 検定、マルチメディア検定、J 検、P 検、CAD 検定、LPI、XML マスター、CG エンジニア検定、CG クリエイター検定、ITIL、LPIC、PMBOK、PMP、JSTQB、日商 PC 検定（データ活用）、PHP 技術者認定試験、Android ™ 技術者認定試験、HTML5 プロフェッショナル認定資格、OSS-DB

こうすればもっと売れる
コンピュータ書籍増売マニュアル
［改訂第4版］

コンピュータ出版販売研究機構 編

発行

コンピュータ出版販売研究機構
（株）インプレス
SBクリエイティブ（株）
（株）技術評論社
（株）翔泳社
（株）ビー・エヌ・エヌ新社
（株）マイナビ

事務局

（株）マイナビ 出版事業本部
〒100-0003
東京都千代田区一ツ橋1-1-1
パレスサイドビル2F

CPUホームページ

http://www.computerbook.jp/

2008年1月31日　初版発行
2015年3月31日　改訂4版発行

©コンピュータ出版販売研究機構